

Onnistunut rekrytointiprosessi työnhakijan näkökulmasta -esimerkkinä henkilöstöpalvelualalla toimivan yrityksen aktiiviset työnhakijat

Piia Ruottinen

Opinnäytetyö

Toukokuu 2020

Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala

Tradenomi (AMK), Liiketalouden koulutusohjelma

Tekijä(t) Ruottinen, Piia	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Toukokuu 2020
	Sivumäärä 80 s	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi Onnistunut rekrytointiprosessi työnhakijan näkökulmasta – esimerkkinä henkilöstöpalvelualalla toimivan yrityksen aktiiviset työnhakijat		
Tutkinto-ohjelma Liiketalouden koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) Ojanperä, Riku		
Toimeksiantaja(t) Yritys X		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Globaali osaajapula on lähes kaksinkertaistunut viimeisen vuosikymmenen aikana. Rekrytoinnista ja osaajien saamisesta on nopealla vauhdilla tullut yrityksille entistä tärkeämpää. Rekrytoinnin onnistuminen ja työpaikan houkuttelevuus korreloivat vahvasti hakijan mieli-kuvaan rekrytoivan yrityksen työnantajamielikuvasta. Työnantajan käyntikortti ja tärkeä työnantajamielikuvan luoja on hakijan kokema rekrytointiprosessi.</p> <p>Toimeksiantajana tässä tutkimuksessa oli rekrytointialan yritys, jolle rekrytointi on ydinlii- ketoimintaa ja siksi sen onnistuminen oli erityisen tärkeä tutkimuskohde. Työssä tutkitaan, miten onnistuneeksi toimeksiantajan rekrytointiprosessi koetaan aktiivisten työnhakijoiden näkökulmasta. Tehtävänä on ymmärtää hakijoiden odotuksia ja heidän kokemuksiaan toi- meksiantajan rekrytointiprosessissa ja sitä kautta mahdollistaa hakijalähtöinen rekrytointi- prosessin kehittäminen.</p> <p>Tutkimus on toteutettu määrällisen tutkimuksen keinoin. Internetkysely lähetettiin yh- teensä 2 262 työnhakijalle. Kyselytutkimuksen tulokset analysoitiin tilastollisin menetelmin samalla verraten toimeksiantajan kahden isoimman liiketoiminnan hakijoiden välisiä eroja.</p> <p>Hakijakokemuksessa korostuu erityisesti läpinäkyvyyden, viestinnän ja palautteen tärkeys, sillä jokaisessa rekrytointiprosessin osassa nämä nousivat tärkeimpinä esiin. Hakijat arvos- tavat kattavasti tietoja sisältäviä työpaikkailmoituksia, selkeitä ja informatiivisia rekrytoijan yhteydenottoja, ammattitaitosta rekrytoijan haastattelua ja ajantasaista viestintää aikatau- luista ja prosessin etenemisestä jokaisessa vaiheessa. Lisäksi hakijan toive on, että ilmoitus ei-valituksi tulemisesta tehdään mahdollisimman varhaisessa vaiheessa. Toimeksiantajayri- tykselle tutkimuksen perusteella voidaan suositella erityisesti viestinnän lisäämistä ja mo- lemminpuolisen palautemallin liittämistä prosessiin hakijakokemuksen parantamiseksi.</p>		
<p>Avainsanat (asiasanat)</p> <p>rekrytointi, rekrytointiprosessi, hakijakokemus, henkilöstöpalveluala, työnhakija</p>		
<p>Muut tiedot (Salassa pidettävät liitteet)</p> <p>Liite 3 on salassa pidettävä, ja se on poistettu julkisesta työstä. Salassapidon perusteena on viranomaisten toiminnan julki- suudesta annetun lain (621/1999) 24 §:n kohta 17: yrityksen liike-tai ammattisalaisuus. Salassapitoaika on viisi (5) vuotta. Salassapito päättyy 11.5.2025.</p>		

Author(s) Ruottinen, Piia	Type of publication Bachelor's thesis	Date May 2020
		Language of publication: Finnish
	Number of pages 80 pages	Permission for web publication: x
Title of publication A successful recruitment process from a job seeker's perspective – active applicants from a company in the personnel service sector as an example		
Degree programme Business Administration		
Supervisor(s) Ojanperä, Riku		
Assigned by Company X		
<p>Abstract</p> <p>The global talent shortage has nearly doubled in the last decade. Recruitment and talent acquisition have become increasingly important for companies. The success of recruitment is strongly correlated with the applicant's view of the recruiting company's employer image. The recruitment process experienced by the applicant is the employer's business card and an important creator of the employer image.</p> <p>The client of the study was a company from the human resources sector and therefore recruitment is a core business and a particularly important area of research for them. The study examined how successful the active job seekers find the recruitment process to be. The task was to understand the applicants' expectations and experiences in the client's process, which enables the development of an applicant-driven recruitment process.</p> <p>The study was carried out as quantitative research. An online survey was sent to a total of 2,262 jobseekers. The results of the survey were analyzed using statistical methods, also comparing the differences between the client's two biggest business units.</p> <p>The importance of transparency, communication and feedback in candidate experience was highlighted as primary factors, within every part of the recruitment process. Applicants value a job advertisement containing thorough basic information, clear and informative recruiter contact, a professional interview and up to date communication of the schedules and the recruitment progress at each stage of the process. Applicants also hope to be informed, if they are not selected, as early as possible. In conclusion, the client company can be advised to increase communication and include a two-way feedback model in the recruitment process to improve the applicant experience.</p>		
Keywords/tags (subjects) recruitment, recruitment process, applicant experience, personnel service, job seeker		
Miscellaneous (Confidential information) Appendix 3 must be kept secret and are removed from public thesis. The basis for secrecy is section 24 (17) of the Act on the Disclosure of the Activities of Public Authorities (621/1999): business or professional secrecy of an enterprise. The confidentiality period is five (5) years. The secrecy ends on May 11th, 2025.		

Sisältö

1	Johdanto	4
2	Tutkimusasetelma	5
2.1	Tutkimusongelma	5
2.2	Tutkimusmenetelmän valinta	6
2.3	Kyselytutkimuksen toteutus	6
2.4	Tutkimusjoukon valinta	7
2.5	Kyselylomakkeen luominen	8
2.6	Tulosten analysointi	11
2.7	Tutkimusasetelman luotettavuus	12
3	Rekrytointiprosessi	12
3.1	Rekrytointi hakijan näkökulmasta	13
3.2	Rekrytointi-ilmoitus	14
3.3	Työpaikan hakeminen	15
3.4	Rekrytoijan yhteydenotto	16
3.5	Haastattelut	17
3.6	Valinnasta ilmoittaminen ja rekrytointiprosessin aikainen viestintä	18
3.7	Työnhakijakokemus	19
4	Tutkimustulokset	21
4.1	Vastaajien demografia	21
4.2	Hyvän rekrytointiprosessin muodostuminen	24
4.3	Työpaikkailmoitus ja rekrytointikanavat	25
4.4	Työhakemuksen jättäminen	29
4.5	Rekrytoijan yhteydenotto ja puhelin- sekä videohaastattelu	30
4.6	Rekrytoijan haastattelu ja ohjaaminen asiakkaan haastatteluun	32
4.7	Valinnasta kertominen	34
4.8	Rekrytointiprosessin onnistuminen	35

5	Johtopäätökset ja kehitysideat	38
6	Pohdinta.....	41
6.1	Tutkimuksen onnistuminen ja jatkotutkimuskohteet	41
6.2	Tutkimuksen luotettavuuden arviointi.....	42
	Lähteet	45
	Liitteet	48
	Liite 1. Kyselylomake.....	48
	Liite 2. Perusraportti kyselystä	60

Kuviot

Kuvio 1. Toimeksiantajan rekrytointiprosessi hakijan näkökulmasta	14
Kuvio 2. Prosentuaalinen ikäjakauma kahden suurimman liiketoiminnan hakijoissa.....	22
Kuvio 3. Hakijoiden koulutustaso kahden suurimman liiketoiminnan vastaajissa	24
Kuvio 4. Tärkeimmät tekijät hyvän rekrytointiprosessin muodostumiseksi	25
Kuvio 5. Vastaajien kokemus työpaikkailmoituksen tietojen tärkeys.....	26
Kuvio 6. Vastaajille tärkeimmät asiat jättäessä työhakemusta hakijajärjestelmään	29
Kuvio 7. Tärkeimmät asiat rekrytoijan ottaessa yhteyttä	31
Kuvio 8. Tärkeimmät tekijät puhelin- tai videohaastattelussa	32
Kuvio 9. Rekrytoijan haastattelussa tärkeinä pidetyt asiat	33
Kuvio 10. Rekrytointiprosessista esitettyjen väitteiden todenmukaisuus vastaajien mielestä	36
Kuvio 11. Arvio toimeksiantajan rekrytointiprosessin eri osien onnistumisesta	37
Kuvio 12. Hyvän rekrytointiprosessin muodostuminen toimeksiantajalla	40

Taulukot

Taulukko1. Vastaajien ikäjakauma	21
Taulukko 2. Vastaajien maantieteellinen jakauma.....	23
Taulukko 3. Tilastollisesti merkitsevät erot työpaikkailmoituksen tietojen tärkeydessä liiketoiminnoittain	27
Taulukko 4. Tilastollisesti merkitsevät erot rekrytointikanavien seurannan aktiivisuudessa liiketoiminnoittain.	28
Taulukko 5. Toimeksiantajan toimen tärkeys asiakkaan haastatteluun ohjaamisessa.....	34
Taulukko 6. Valinnasta ilmoittamisessa tärkeimmät asiat liiketoiminnoittain.....	35

1 Johdanto

Duunitorin kansallisen rekrytointitutkimuksen mukaan nykyajan ja tulevaisuuden suurin haaste uusien työntekijöiden palkkaamiseen liittyen on ennen kaikkea parhaiden osaajien tavoittaminen, rekrytoiminen ja sitouttaminen (Mäkelä 2019). Rekrytointiprosessia on tutkittu paljon ja useissa tutkimuksissa huomattu hyvän rekrytointiprosessin ja myös prosessin aikaisen viestinnän luovan positiivista työnantajamielikuvaa (Oja 2019).

Huovilan ja Kokkosen (2018, 61–66) mukaan työnhakijoilla voi olla negatiivisia mielikuvia erityisesti henkilöstöpalvelualasta ja alan yrityksistä, jotka voivat mahdollisesti karsia potentiaalisia hakijoita rekrytoinneista. Heidän tutkimuksensa mukaan yritysten rekrytointiprosessit saattavat hakijoille näyttäytyä monivaiheisempina ja hitaampina kuin suoraan yritykselle rekrytoitaessa, sillä työnhaku on useampivaiheinen.

Rekrytointiprosessilla on kaksitahoinen tavoite, toisaalta saada laadukkaita ja osavia ehdokkaita täyttämään tarjolla olevia tehtäviä, toisaalta varmistaa työnhakijan positiivisen ehdokaskokemus, sillä se vahvistaa ja tuo luotettavuutta organisaation työnantajamielikuvaan. Jotta yritys voi edesauttaa positiivisen hakijakokemuksen muodostumista, tulee yrityksen ymmärtää rekrytointiprosessinsa kohtaamispisteitä. (Miles & Mccamey 2018, 763.)

Tämän työn toimeksiantajayritys on globaali henkilöstöpalveluiden tarjoaja, jonka palveluihin kuuluvat muun muassa rekrytointi ja henkilöstövuokraus. Suomessa toimeksiantaja rekrytoi sekä asiakasyrityksille, mutta myös omiin toimintoihinsa työntekijöitä koko maan laajuisesti. Toimeksiantajayritys on tunnistanut lähestyvän osaajapulaa ja tarpeen sitouttaa työnhakijoita. Koska rekrytointi on yrityksen ydinliiketoimintaa, on hakijoiden saatavuus ja laatu keskeinen tekijä liiketoiminnan onnistumiseksi. Yrityksen rekrytointiprosessin kohtaamispisteitä ja ehdokaskokemusta ei ole aikaisemmin tutkittu. Hakijakokemuksen kehittämisen tueksi haluttiin dataa, jota voidaan käyttää tunnistamaan tärkeimmät asiat, joita rekrytointiprosessissa tulee kehittää.

Opinnäytetyön tarkoituksena onkin tutkia, miten onnistuneeksi toimeksiantajan rekrytointiprosessi koetaan aktiivisten työnhakijoiden näkökulmasta. Työn lopullisena tarkoituksena on ymmärtää hakijoiden odotuksia ja sitä kautta mahdollistaa prosesseihin palvelumuotoilullisen lähestymisotteen hakijakokemuksen parantamiseksi. Tutkimuksesta saadaan käsitys työnhakijoiden arvostuksesta ja kokemuksesta toimeksiantajan prosessissa ja näiden kokemuksen perusteella voidaan antaa toimeksiantajayritykselle suosituksia rekrytointiprosessinsa kehittämistä.

2 Tutkimusasetelma

2.1 Tutkimusongelma

Tutkimuksen tarkoituksen ja tavoitteiden taustalla tulee olla aina hypoteesi ja tutkimusongelma. Tutkimuksen tavoite tulee määritellä huolellisesti siten, että tavoitteet vastaavat ja ovat merkitykselliset myös tutkimusongelmalle. Tutkimuskysymyksen pitää olla relevantti ja tuottaa myös hyötyä ja uutta tietoa. Tutkimuskysymykselle pitää asettaa myös rajat, jotta se vastaa tutkimuskysymykseen tarkasti. (Adams, Raeside & Khan 2014, 2, 26,254.)

Tutkimusongelma työssä oli selvittää, miten onnistuneeksi toimeksiantajan rekrytointiprosessi koetaan aktiivisten työnhakijoiden näkökulmasta ja miten sitä tulisi kehittää hakijakokemuksen parantamiseksi. Kun tutkimusongelmaa määritettiin tarkemmin, nousivat tärkeimmiksi tutkimuskysymyksiksi seuraavat: Mitä asioita toimeksiantajayrityksen työnhakijat pitävät tärkeinä rekrytointiprosessin eri osissa? Miten toimeksiantajan työnhakijat kokevat toimeksiantajan rekrytointiprosessin eri osien onnistuvan? Tulosten perusteella arvioitiin myös tutkimuskysymystä: Mitä osia alueita toimeksiantajan tulisi omassa prosessissaan kehittää?

2.2 Tutkimusmenetelmän valinta

Tutkimuksen tarkoitus oli olla kuvaileva, eli tarkoitus oli dokumentoida ja arvioida työnhakijoiden tyytyväisyyttä toimeksiantajayrityksen rekrytointiprosessin eri osioihin ja arvioida tyytyväisyyden merkityksellisyyttä hakijoiden kokeman tärkeyden perusteella. Tutkimuskysymystä lähestyttiin kvantitatiivisen kyselytutkimuksen keinoin.

Kvantitatiivista eli määrällistä menetelmää käyttävä tutkimus kuvaa ja tulkitsee ilmiöitä mittausmenetelmillä, jotka keräävät numeerisia tutkimusaineistoja. Kun aineisto kerätään kyselylomakkeen avulla, lomake sisältää pääasiassa suljettuja eli strukturoituja kysymyksiä. Määrällinen tutkimus perustuu siis mittaamiseen, jonka tuloksena syntyy lukuarvoja sisältävä havaintoaineisto, jota voidaan analysoida tilastollisin analyysimenetelmin. (Taanila 2019.)

Kvantitatiiviseen tutkimukseen liittyy oleellisesti tilastollinen merkitsevyystestaus. Testauksen avulla voidaan tutkia, onko tuloksilla yleistettävyyttä. Jotta tuloksia voidaan perustellusti yleistää, on otannan oltava edustava otos perusjoukosta (Valli 2018, 259–260).

Kvantitatiivisen tutkimustavan valinta oli perusteltua, koska hakijakokemusta ilmiönä on tutkittu jo jonkin verran, ja tutkimus voitiin suunnitella tarkasti olemassa olevan tiedon perusteella. Valitsemalla kvantitatiivinen menetelmä saatiin tarkempaa tietoa juuri toimeksiantajan hakijoiden mielipiteistä, sillä menetelmällä voidaan kerätä kattava ja yksityiskohtainen aineisto. Lisäksi tuloksia haluttiin yleistää koko hakijajoukkoa vastaavaksi, sillä löydettyjen huomioiden perusteella haluttiin kehittää hakijakokemusta.

2.3 Kyselytutkimuksen toteutus

Tutkimuksen aineistonkeruumenetelmänä käytettiin kyselytutkimusta, joka on yleisesti käytetty menetelmä kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Kysely tehtiin sähköpostitse lähetettävänä kyselynä, joka ohjasi käyttäjät mobiilioptimoituille [www-sivuille](#).

Menetelmä valikoitui, koska kysely haluttiin lähettää suurelle joukolle, vastauksia haettiin nopeasti ja tutkittavalla joukolla oli mahdollisuus käyttää internetiä. Tämä voitiin olettaa, sillä tutkimukseen osallistuminen edellytti, että työnhakija oli hakenut työpaikkaa internetissä toimivan työnhakulomakkeen avulla rekisteröityen käyttäjäksi toimivalla sähköpostiosoitteellaan. Lisäksi www-kysely mahdollisti vastaamisen anonyymisti, mutta myös siten, ettei saatu vastauksia otokseen kuulumattomilta henkilöiltä. Tämä on tärkeää tutkimuksen luotettavuuden kannalta (Heikkilä 2014, 17).

Heikkilä (2014, 18) varoittaa, että internetkyselyssä heikkouksina on vaara vastausmäärän vähenemiseen käytettäessä pitkää haastattelulomaketta, avointen kysymysten heikko vastaavuus sekä väärinkäsitysten vaara. Tämän vuoksi kyselylomake (liite 1) rakennettiin toiminnallisuudeltaan siten, että tutkittavat henkilöt vastaavat kysymyksiin ainoastaan niiltä rekrytoinnin osa-alueilta, jotka he ovat toimeksiantajayrityksen prosessissa kokeneet.

Kyselytutkimus toteutettiin vuoden 2020 helmikuun aikana siten, että kohderyhmälle lähetettiin kyselytutkimus sähköpostitse. Kysely oli auki tasan kolme viikkoa ajalla 12.2–4.3.2020. Riittävän vastausprosentin varmistamiseksi kyselystä myös muistutetaan kahdesti, viikon muistutusvälillä. Vastausprosenttia pyrittiin parantamaan edelleen arpomalla korkealaatuiset vastamelukuulokkeet kyselyyn vastanneiden kesken.

2.4 Tutkimusjoukon valinta

Tutkimusjoukon valinta tehtiin yhteistyössä toimeksiantajan liiketoimintajohdon edustajien kanssa. Tutkimusjoukoksi valittiin tutkimuksen lähettämistä edeltävän kolmen kuukauden aikana toimeksiantajan työnhakijoiksi rekisteröityneet tai työtehtävää hakenneet hakijat, jotka olivat antaneet hakijajärjestelmän kautta suostumuksensa markkinointiin. Käytännössä tämä edusti toimeksiantajan melkein kaikkia tämän luvan antaneita hakijoita, sillä prosessi erillisen markkinointiluvan saamiseksi oli organisaatiossa otettu käyttöön vain hieman aikaisemmin. Päätös rajauksesta tehtiin,

jotta hakijoille ei tulisi mitään epäilystä henkilötietojensa käyttämisestä väärään tarkoitukseen. Tutkimusjoukon rajauksen markkinointiluvan antaneisiin ei uskottu aiheuttavan otosvirhettä.

Valittua tutkimusjoukkoa ei enää satunnaistettu, sillä tarkoitus oli tutkia kaikkia lyhyen ajan sisään aktiivisina olleita kandidaatteja ja samalla toimeksiantajan useamman liiketoimintayksikön hakijoita. Kysely lähetettiin yhteensä 2 262 työnhakijalle. Otos vastaan noin neljännestä kaikista vuoden sisään toimeksiantajayrityksen hakijajärjestelmään rekisteröityneistä hakijoista.

Teoriassa otanta edustaa yksiasteista ryväsotantaa, koska perusjoukosta valittiin isompi ryhmä. Otantatapa on sopiva silloin, kun ei ole satunnaistamismahdollisuutta, ja valittu perusjoukko voi edustaa useamman kategorian vastaajaa (Cowles & Nelson 2015, 23). Tutkimuksen otosta valittaessa oli käytettävissä ainoastaan osa toimeksiantajan hakijoista, sillä markkinointiluvan antaminen oli mahdollistettu hakijoille neljä kuukautta aikaisemmin.

Kohderyhmän valinta tehtiin mahdollisimman laajana, sillä toimeksiantajayrityksen hakijoiden keskuudessa voitiin olettaa olevan erilaisia hakijasegmenttejä. Kaikkien hakijoiden joukko koostuu useamman eri liiketoimintayksikön hakijoista eri puolelta Suomea. Toimeksiantajan tavoitteena oli hyödyntää tutkimusaineistoa jatkossa erilaisten segmenttien löytämiseen ja analysointiin.

2.5 Kyselylomakkeen luominen

Opinnäytetyön tavoitteena oli kerätä rekrytointialalla toimivan toimeksiantajayrityksen aktiivisten työnhakijoiden kokemuksia ja sitä kautta paremmin ymmärtää kandidaatin kokemuspolkua. Työnhakijoilta kysyttiin, mitä he arvostavat rekrytointiprosessissa ja miten he kokivat toimeksiantajan onnistuneen rekrytoinnin eri osa-alueissa. Tarkoituksena oli toisin sanoen kerätä ja tuottaa sellaista dataa, joka mahdollistaa kandidaattikokemuksen käyttäjälähtöisen kehittämisen ja rekrytointipalvelun tuottamisen kandidaattien odotusten mukaisesti. Tutkimuskysymyksiin sisällytettiin myös kaksi kysymystä rekrytointikanavista, sillä toimeksiantaja halusi myös varmistaa, että

heidän käytössään oleva rekrytointikanavien valikoima oli sellainen, jota hakijat seuraavat.

Toimeksiantajan rekrytointiprosessista tutkimuksen kohteiksi valittiin ne kokemuspisteet, jossa työnhakija on tekemisissä toimeksiantajan yrityksen viestinnän, valitun teknologian tai henkilöstön kanssa. Näitä ovat työnhakuilmoitus, työn hakeminen työnhakujärjestelmässä, rekrytoijan yhteydenotto, puhelin- ja/tai videohaastattelu, kasvotusten tapahtuva haastattelu rekrytoijan kanssa, asiakkaan haastatteluun valmistaminen ja ilmoitus valinnasta. Lisäksi erikseen huomioitiin viestintä ja palautteen anto koko prosessin aikana kussakin prosessin osassa.

Kunkin kokemuspisteen merkityksellisyyteen liittyviä asioita kartoitettiin kirjallisuuden avulla. Kysymysten asettelu tehtiin kirjallisuuskatsauksen perusteella strukturoidusti, eli kysely sisälsi valmiita vastausvaihtoehtoja. Strukturoituihin kysymyksiin lisättiin myös avoin vaihtoehto, jotta vastaaja voi halutessaan nostaa esille tekijöitä, joita ei kirjallisuuskatsauksessa perusteella ollut huomioitu. Tämä on tärkeää, jotta vastaajalla on mahdollisuus antaa kysymyksiin liittyvä tieto (Kananen 2011,30). Kysely sisälsi monivalinta-, järjestys- ja nominaalisia kysymyksiä vastaajan mielipiteistä, kokemuksista, havainnoista ja arvostuksesta (liite 1).

Kysymysten asettelu tehtiin noudattamalla kyselytutkimuksen rakentamisen peruseriaatteita. Kysymykset valittiin ja asetettiin siten, että saadaan vastauksia alkupe räiseen tutkimuskysymykseen. Cowlesin ja Nelsonin mukaan (2015, 108–109) hyvän tutkimuksen kysymykset laaditaan siten, että ne ovat kohderyhmälle selkeitä, ymmärrettäviä ja yksiselitteisiä ja kysymys itsessään esitetään suoraviivaisesti ja mutkattomasti. Kysymykset muodostettiin ja arvioitiin tämän periaatteen mukaisesti. Kyselylomake tehtiin sekä suomen että englannin kielellä. Kysymyksiä muotoillessa pyrittiin kysymysten yksiselitteisyyteen molemmilla kielivalinnoilla.

Koska kyselyssä tutkittiin ennen kaikkea henkilöiden mielipidettä, tärkeyttä tai kokeensa tyytyväisyyttä toimeksiantajan rekrytointiprosessiin, käytettiin kysymyksissä pääsääntöisesti Likert-asteikkoa, joka antaa mahdollisuuden kartoittaa mielipidettä.

Likert-asteikko on yksi käytetyimpiä asennetta mittavia asteikoita, se esittää vastaajalle sarjan asenneväittämiä, jotka rinnakkain muodostuvat jatkumon (Cowles & Nelson 2015, 119). Likert asteikko esitettiin neliportaisena, jotta vastaajat eivät pääse valitsemaan neutraalia vaihtoehtoa. Likert asteikon koodattiin asteikolla 1–4. Kanan mukaan (2011, 30) vastaajaa ei saa pakottaa vastaamaan kysymyksen, johon hänellä ei ole kokemusta tai näkemystä vastata. Tämän vuoksi vaihtoehtoihin lisättiin myös en osaa sanoa– tai en tunne asiaa– vaihtoehto, joka tilastollisessa analyysissä määriteltiin puuttuvaksi tiedoksi (0).

Kyselyyn vastaajilta pyydettiin myös muutamia taustatietoja, kuten ikä, asuinpaikka ja koulutustaso ja tieto siitä, minkä toimeksiantajan liiketoimintayksikön avointa työtehtävää vastaaja oli hakenut. Tämä taustakysymys lisättiin, jotta aineistosta voitaisiin tutkia eroja hakijaryhmien arvostuksessa kussakin liiketoiminnassa.

Toimeksiantajalla on neljä liiketoimintayksikköä, joiden rekrytointien kohderyhmät eroavat jonkin verran toisistaan. Tässä tutkimuksessa näihin liiketoimintayksiköihin viitataan nimillä liiketoiminta A–D. Liiketoiminta A:n ja B:n palvelut ja rekrytoinnit kattavat rekrytoinnin asiakkaan puolesta sekä henkilöstövuokrauksen tehtävät. Liiketoiminta A:n rekrytoinnin kohderyhmät ovat tuottavan työn tekijöissä toimisto- ja asiakaspalveluissa, myynnissä, markkinointiviestinnässä, henkilöstö- ja taloushallinnossa, teollisuudessa ja tuotannossa, kaupan alalla sekä logistiikassa. Liiketoiminta B puolestaan rekrytoi johto- ja asiantuntijatasen osaajia, keskittyen IT- ja insinöörialan sekä taloushallinnon, juridiikan, tekniikan ja logistiikan, myynnin, markkinoinnin, viestinnän ja henkilöstöhallinnon osaamisalueisiin. Liiketoiminta C:n ja D:n liiketoiminta ei sisällä rekrytointi- eikä vuokratyötoimeksiantoja, vaan rekrytoinnit tehdään toimeksiantajan omille palkkalistoille asiakkaalle tehtäviin palvelutoimeksiantoihin. Liiketoiminta C:n rekrytoinnin kohderyhmä on IT-henkilöstö ja liiketoiminta D:n henkilöstöhallinnon ammattilaiset.

Kyselylomake testattiin toimeksiantajan avulla viiden henkilön toimesta. Testauksessa kiinnitettiin huomiota kysymyksen yksiselitteisyyteen, kyselyn toiminallisuuteen ja kyselyn täyttämisen kesto aikaan. Testin palautteiden pohjalta lomakkeelle

tehtiin kysymysten karsintaa ja kysymysasettelun täsmennyksiä ennen varsinaista kyselyn lähetystä.

2.6 Tulosten analysointi

Tuloksia analysoitiin käyttäen SPSS-ohjelmistoa. Tutkimustuloksia havainnollistettiin esittämällä ne taulukkomuotoisesti. Muuttujista tutkittiin suorat jakaumat ja Likert-asteikkoa sisältävistä kysymyksissä myös painotetut keskiarvot. Kanasen (2011, 96) mukaan mielipidekysymyksissä painotettu keskiarvo on usein havainnollisempi kuin prosenttijakauman tutkiminen.

Aineiston välisiä riippuvuussuhteita tutkittiin ristiintaulukoimalla. Ristiintaulukoinnissa erojen merkitsevyyttä arvioitiin Khiin neliötestillä (χ^2). Testillä voidaan testata, ovatko erot ristintaulukoitujen aineistojen välillä merkitseviä. Testin kriteereinä on, että jakaumien otoskokojen tulee olla samansuuruiset ja jokaisessa jakauman solussa on vähintään viisi havaintoyksikköä (Kananen 2011, 80).

Ristiintaulukoidessa sellaista aineistoa, jossa Khiin neliötestin edellytykset eivät täytyneet, käytettiin Fisherin testiä 2x2 -ristiintaulukolle. Fisherin testiä tulee käyttää silloin, kun analysoidaan aineistoa, jossa yhden tai useamman muuttujan odotettu frekvenssi on alle viisi (Crawley, 2014).

Eroja kahden suurimman liiketoimintayksikön hakijoiden (liiketoiminta A ja B) välillä testattiin tekemällä kahden riippumattoman otoksen vertailu. Taanilan (2016) ohjeiden mukaisesti huomioitiin, että kahden riippumattoman otoksen t-testistä on kaksi versiota, yhtäsuurten varianssien ja erisuurten varianssien testit. Analyysin yhteydessä tehtiin Levenen testi, joka määrittää otosten varianssien yhtäsuuruuden, ja sen perusteella valittiin oikea t-testausmuoto. Kahden muun liiketoiminnan osalta vastaavaa testiä ei voitu tehdä, sillä vastaajamäärät olivat liian pienet. Riippumattomien otosten t-testi edellyttää vähintään 30 havaintoyksikköä (Taanila 2016).

2.7 Tutkimusasetelman luotettavuus

Taanilan (2019, 4) mukaan tutkimuksen tekijän täytyy olla kaikissa vaiheissa huolellinen, rehellinen ja kriittinen ja toimia niin asiantuntevasti ja huolellisesti, että hän voi pitää tutkimustaan luotettavana ja pätevänä. Luotettavuuden ja pätevyyden edellytyksinä ovat muiden muassa tarkoitukseen sopiva tutkimusasetelma, luotettava ja pätevä mittaaminen ja tarkoituksenmukainen otantamenetelmä.

Reliabiliteetti merkitsee mittaus- tai tutkimustulosten yhdenmukaisuutta ja toistettavuutta. Validiteetti taas on tutkimusten johtopäätösten vahvuus ja sitä, että tutkitaan tutkimuksen kannalta oikeita asioita. Validiteettia on sisäistä, ulkoista, rakenteellista, sekä tulosten pätevyys ja sovellettavuus. (Adams ym. 2014, 245-247.)

Tutkimusote ja -asetelma on sopiva tutkimuskysymykselle. Tutkimus on reliabeeli, sillä tutkimus on milloin tahansa toistettavissa samoilla kysymyksen asettelulla. Kysymyksen otannan ollessa näin iso saadaan tutkimustuloksista myös luotettavia ja valideja.

3 Rekrytointiprosessi

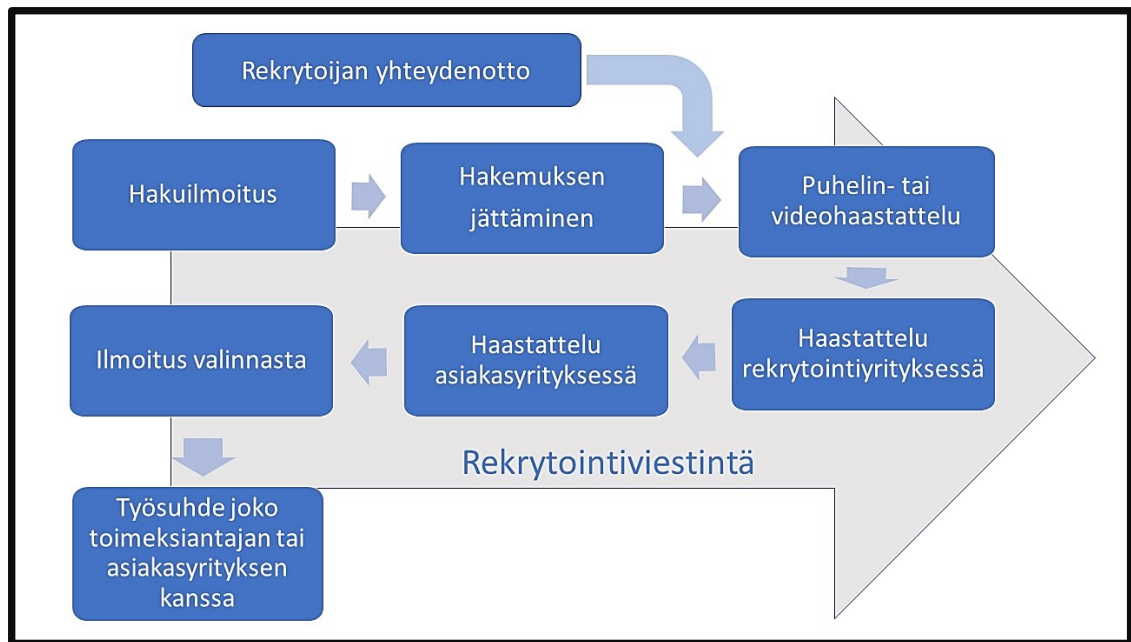
Rekrytointi on määritelty kansainvälinen standardin mukaan organisaation hankinta-prosessiksi, jossa houkutellaan, arvioidaan ja työllistetään hakija joko olemassa olevaan tai uuteen asemaan organisaatiossa (ISO 30405:2016). Näin Suomi hakee töitä (2019) -tutkimuksen mukaan se, miten yritys hoitaa rekrytointiprosessiaan, kertoo työnhakijalle siitä, millainen yritys on työnantajana.

Rekrytointiprosessi on tapahtumasarja, joka alkaa usein suunnittelulla, aikataulutuksella ja resurssoinnilla, kuten liiketoimintaprosessit yleensä. Tässä työssä tutkitaan kuitenkin vain niitä rekrytointin osa-alueita, joissa rekrytointikäytännöissä on kosketuspintaa hakijan kanssa ja jotka ovat siten merkityksellisiä hakijakokemuksen muodostumisen kanssa.

3.1 Rekrytointi hakijan näkökulmasta henkilöstöpalvelualan yrityksessä

Tässä tutkimuksessa on tarkoitus tarkastella, mitä asioita työnhakija arvostaa rekrytointiprosessissa ja millainen hakijakokemus hänelle siitä syntyy. Jotta tämä asian arvioiminen olisi mahdollista, tulee ymmärtää mistä erilaisista kokemuspisteistä rekrytointiprosessi hakijan osalta koostuu. Rekrytointiprosessin eteneminen henkilöstöpalvelualan yrityksessä on hieman erilainen kuin suoraan omaan henkilöstöön rekrytoitaessa, joten sitä on hyvä tarkastella.

Toimeksiantaja, kuten henkilöstöpalvelualalla oleva yritys yleensä, voi rekrytoida toisen, julkisen tai salaisen, yrityksen puolesta tai mahdollisesti vuokratyösuhteeseen, jossa henkilöstöalan yritys itse toimii työnantajana, mutta työskentelypaikkana ja työnohjaaja on jokin muu yritys. Rekrytointiprosessit voivat olla sellaisia, joihin työnhakija kutsutaan jonkin julkisen profiilin perusteella (ns. suoramaku) tai perustuvat pelkkään ilmoitushakuun tai ovat näiden yhdistelmä (kuvio 1). Työnhakija ei välttämättä tiedä, mikä on rekrytoinnin toimeksiantaja ja tämänkin vuoksi rekrytointiprosessi on erilainen kuin suoraan omaan henkilöstöön rekrytoitaessa. Hakija on rekrytointiprosessin aikana yhteydessä yrityksen valitsemaan teknologiaan tai henkilöstöön monessa eri kohtaa. Näissä kohtaamispisteissä muodostuu työnhakijakokemus.



Kuvio 1. Toimeksiantajan rekrytointiprosessi hakijan näkökulmasta

3.2 Rekrytointi-ilmoitus

Rekrytointi-ilmoitus on ensimmäinen kohtaamispiste hakijan kanssa ja siinä muodostetaan ensimmäinen mielikuva rekrytoivasta yrityksestä. Rekrytointi-ilmoituksen tärkeydestä ja sisällöstä löytyy paljon tietoa, sillä asiaa on tutkittu jo paljon.

Rekrytoijan tulee huolehtia siitä, että tieto avoimesta työpaikasta tavoittaa potentiaalisimmat työnhakijat. Rekrytointikanavan ja -metodologian valintaan vaikuttaa potentiaalisten kandidaattien lähde. Siksi tavoiteltava kohderyhmä tulee määrittää ja ilmoituksen tyyli ja sisältö, ilmoituskanavat sekä rekrytointimenetelmät tulee valita kohderyhmän mukaan. (Mondy & Martocchio 2016, 131, 137.) Toimeksiantajan rekrytointikanavina ovat tällä hetkellä omien työpaikkasivustojensa lisäksi Oikotie työpaikat-, Duunitori- ja Rekrytointi.com-työpaikkaportaalit, satunnaisesti TE -palvelujen työpaikkasivusto sekä Facebook- ja LinkedIn -sivustot.

Työnhakijan aikaisempi työkokemus ja kokemus hakijana vaikuttavat siihen, miten houkuttelevana organisaatiota pidetään ilmoituksen perusteella, ja siksi on tärkeää harkita, miten työpaikan tiedot esitetään (Walter, Feild, Giles & Bernerth 2008, 633). Joen (2018, 92) mukaan rekrytointi-ilmoituksen tulee korostaa niitä seikkoja, jotka kiinnostavat potentiaalisia hakijoita, kuten yritys itse, yrityksen toimiala ja yrityksen houkutustekijät. Hakijat pitävät tärkeimpinä työpaikkailmoituksen osiina työkuvausta, tietoja hakemisesta ja rekrytointiprosessista sekä rekrytoinnin aikataulusta, tietoa palkasta ja eduista, kuvausta etenemismahdollisuuksista sekä yrityksen kulttuurista (EMEA Candidate Experience Research Report 2019, 36).

Työnantajien tulee muistaa, että työpaikkailmoitus on viestintää, joka rakentaa työnantajabrändiä ja vaikuttaa mahdollisesti myös tuleviin rekrytointeihin. Myös passiiviset työnhakijat seuraavat työpaikkailmoituksia tunnistaakseen kiinnostavia työnantajia omaa tulevaa työuraa ajatellen. Tutkimuksen mukaan 45 % suomalaisista on vaihtaessaan työpaikkaa hakeutunut uuteen tehtävään oma-aloitteisesti. (Näin Suomi hakee töitä 2019.)

Usein työnhakijat ilmoituksen lukemisen jälkeen etsivät lisätietoa työnantajasta, kuten esimerkiksi yrityksen taloudellisesta tilanteesta, maineesta hyvänä työnantajana ja urakehitysmahdollisuuksista (Mondy & Martozzio 2016, 166). Heinosen (2019, 25–26) tutkimuksen mukaan työnhakijat kysyvät omilta verkostoiltaan tietoa yrityksen ilmapiiristä, sillä rekrytointi-ilmoituksessa olevia kuvauksia pidetään epäluotettavana. Omalta verkostolta varmistetaan myös todenmukaista kuvaa haettavasta työtehtävästä. Jos omasta verkostosta ei löytynyt henkilöä, jolla olisi kokemusta kyseisestä yrityksestä, tietoja etsitään internetistä.

3.3 Työpaikan hakeminen

Hakemuksien vastaanottaminen tapahtuu harvoin enää muulla menetelmällä kuin työnhakulomakkeiden kautta. Paljon rekrytointeja tekevien organisaatioiden on syytä käyttää työhakemusten vastaanottamiseen HR-järjestelmää, joka on käyttäjäys-

tävällinen hakijan näkökulmasta, voi hyödyntää sosiaalisen median tilejä osana haku-profiilia (esimerkkinä LinkedIn), tuottaa hyvää dataa rekrytointiprosesseista ja myös automatisoi prosesseja säästäten rekrytoijien aikaa. (Salli & Takalo 2014, 38.)

Tämän tutkimuksen toimeksiantajalla on käytössään omien nettisivujensa kautta toimiva työnhakuportaali, jossa työnhakija voi hakea työtehtäviä omalla olemassa olevalla työnhakuprofiilillaan tai luomalla uuden profiilin. Profiilin luomiseen järjestelmä ei edellytä muuta tietoja kuin sähköpostiosoitteen, puhelinnumeron ja henkilön nimen. Työnhakuportaaliin on mahdollista kirjautua omilla sosiaalisen median tunnuksetilla, jolloin työnhakijan ei tarvitse erikseen muistaa salasanaansa palveluun. Portaalissa hakijalla on mahdollisuus hallinnoida omia suostumuksiaan tietojensa käyttöön rekrytinnissa, markkinoinnissa tai evästeissä.

3.4 Rekrytoijan yhteydenotto

Toimeksiantajan prosessissa, mikäli ilmoitushaku ei tuota riittävästi laadukkaita hakijoita tai halutaan muuten lisää ehdokkaita, henkilöitä houkutellaan rekrytointiprosessiin myös rekrytoijan toimesta. Työtehtävään sopivat piilevät hakijat tunnistetaan joko työnhakuprofiilista toimeksiantajan omasta hakijajärjestelmästä, saatavilla olevasta hakijatietokannasta (kuten esimerkiksi työpaikkasivuston osaajaportaali) tai julkisen profiilin perusteella (esimerkiksi LinkedIn). Jos henkilö tunnistetaan työtehtävään sopivaksi, häneen pyritään saamaan yhteys, jotta voidaan esitellä tarjolla olevaa työtehtävää.

Ensimmäinen yhteydenotto ehdokkasiin on todella tärkeä, sillä se luo kuvan rekrytoivasta yrityksestä, mahdollisesta asiakasyrityksestä ja tarjolla olevan työtehtävän mielenkiintoisuudesta. Rinkisen (2019, 34–37) tutkimuksen mukaan suorahauissa lähestyttävistä kandidaateista melkein kaikki kandidaatit toivoivat ensimmäiseksi yhteydenottokanavaksi LinkedIn-viestiä, puhelinta tai sähköpostia LinkedIn-viestinnän ollessa selkeästi suosituin. Saman tutkimuksen mukaan ensimmäisestä yhteydenotosta teki erinomaisen sekä varsinaiseen yhteydenottoon liittyvät tekijät, kuten kontaktin suoruus, rehellisyys, kohteliaisuus, ammattimaisuus ja ystävällisyys, mutta myös rekrytoijan valmistautumiseen liittyvät asiat, kuten perehtyneisyys henkilön

profiiliin, toimeksiantoon, tehtävään, vaatimuksiin ja asiakasyritykseen. Tärkeinä pidettiin myös luottamuksellisuutta koko suorahakuprosessin ajan sekä palkkatason kertomista avoimesti jo ensimmäisessä yhteydenotossa.

3.5 Haastattelut

Toimeksiantajan rekrytoijat hyödyntävät rekrytointimenetelmänä aktiivisesti erilaisia haastatteluja. Lyhyitä video- tai puhelinhaastatteluja käytetään yleisesti hakijan soveltuvuuden, motivaation, palkkatoiveen tai vuorovaikutustaitojen kartoittamiseksi. Keinolla säästetään usein sekä hakijan että rekrytoijan aikaa, sillä puhelin- tai videohaastattelu toimii esikarsintana haastatteluvaiheelle. Puhelinhaastattelussa varmistetaan hakijan ymmärrys tehtävänkuvasta sekä työnhakijan palkkatoiveen ja muiden toiveiden vastaavuus tarjolla olevaan tehtävään. (Salli & Takalo 2014, 50–51.)

Esikarsinnan jälkeen työnhakijoista osa nostetaan rekrytoijan henkilökohtaiseen haastatteluun. Työpaikka-haastattelu on tavoitteellinen keskustelu, jossa rekrytoija ja työnhakija vaihtavat tietoa. Tärkein ominaisuus rekrytoinnin onnistumiseksi on se nopeus, jolla potentiaalinen kandidaatti työhaastatteluun nostetaan, sillä tutkimusten mukaan parhaat työnhakijat alasta riippumatta työllistyvät muutamissa päivissä. (Mondy & Martozzio 2016, 165.)

Työhaastattelun fyysisen ympäristön tulisi olla miellyttävä, rauhallinen ja yksityinen. Haastattelijan tulee olla perehtynyt kandidaatin pätevyyskseen ja työnhakijan aikaisemmin läpikäyneisiin testeihin ja arviointeihin, kuten puhelinhaastatteluun. Haastattelijan tulee olla myös valmistautunut kysymysrungolla ja varsinaisessa haastattelutilanteessa kuuntelemaan ja kommunikoidaan siten, että hän saa selville asiat, jotka ovat työtehtävän kannalta oleellisia. (Mondy & Martozzio 2016, 165–166.)

Haastattelijan tulee muistaa, että myös työnhakijalla on odotuksia. Työnhakija odottaa reilua ja kunnioittavaa kohtelua, monipuolisia mahdollisuuksia päästä esittelemään omaa osaamistaan, saada lisätietoa työstä ja yrityksestä ja sitä kautta mahdollisuutta tehdä päätös onko työpaikka hänelle mieluinen. (Mondy & Martozzio 2016,

166.) Sallin ja Takalon mukaan (2014, 67) työhaastattelun vaiheisiin kuuluu itse haastattelun lisäksi informaatiota hakijalle antava esittelyvaihe, jossa esitellään läsnäolijat, tehtävä, organisaatio ja prosessi yleisesti. Myös haastattelun lopuksi tulee haastateltava informoida jatkosta ja antaa mahdollisuus kysymyksiin.

Henkilöstöpalvelualan yritys, kuten myös toimeksiantaja, suorittaa rekrytoinnin useimmiten asiakkaan toimesta ja asiakkaan työtehtäviin. Tämän vuoksi rekrytoijan haastattelun jälkeen rekrytointiprosessissa soveltuneimmiksi arvioidut hakijat ohjataan haastatteluun asiakkaan edustajalle, joka tekee lopullisen valintapäätöksen. Asiakkaan haastatteluun ohjaamisessa rekrytoija tekee useita toimia, jotka voivat vaikuttaa hakijan mielikuvaan rekrytointiprosessista. Rekrytoijan toimesta haastattelu aikataulutetaan ja kutsut toimitetaan osallistujille. Usein ehdokkaan kanssa käydään läpi myös haastattelun tarkoitus, haastatteluun valmistautuminen, seuraavat mahdolliset tapahtumat prosessin edetessä ja esitellään haastattelijan tai haastattelijoiden asema yrityksessä.

3.6 Valinnasta ilmoittaminen ja rekrytointiprosessin aikainen viestintä

Kun rekrytointipäätös on tehty, tulee hakijoita tiedottaa ripeästi. Kielteisen rekrytointipäätöksen viestimisessä hakijat arvostavat nopeutta ja suoraselkäisyyttä ja hakijoita kunnioittavaa viestintätapaa. Pitkittynyt viestintä laskee työnantajamielikuvaa ja voi vaikuttaa negatiivisesti seuraavissa rekrytoinneissa. (Salli & Takalo 2014, 87.)

Jos kandidaatti ei tule valituksi, ehdokkaille annettu palaute sopivuudesta tehtävään vähentää hylkäämisen aiheuttamaa mielipahaa. Kun hylätyille ehdokkaille annetaan palautetta joko seulonta- tai haastatteluvaiheen jälkeen, hyvän hakijakokemuksen kokeminen nousi kahdella kolmesta (EMEA Candidate Experience Research Report 2019). Valintaperusteiden kertominen valinnasta informoitaessa voidaan pitää palautteena kandidaatin sopivuudesta.

Rekrytointiprosessin sujuvuus liitetään usein hyvin toimivaan tiedottamiseen. Hakijan arvioidessa kokemusta rekrytoinnista viestinnällä on suurin painoarvo, joten sen on onnistuttava. Viestinnän henkilökohtaisuudella on merkitystä, sillä tunne, että hakija

saa henkilökohtaista palvelua tai palautetta, parantaa hakijakokemusta (Salonen 2017, 55–59.)

Salosen (2017, 55) tutkimuksen mukaan työnhakijat ovat valmiita joustamaan vaatimuksistaan rekrytointiprosessin muista elementeistä, mikäli tiedotus ja viestintä prosessin aikana toimivat hakijan mielestä hyvin. Tutkimuksen mukaan etenkin tieto siitä, onko päässyt hakuprosessin ensimmäisestä vaiheesta eteenpäin, olisi hyvä saada mahdollisimman nopeasti.

3.7 Työnhakijakokemus

Työnhakijakokemus on paitsi nouseva puheenaihe, myös erittäin tärkeä strateginen elementti useille organisaatioille. Hakijat odottavat hakemiseen käyttämälleen ajalle vastinetta. Henkilökohtaisesta kokemuksesta on tullut normi ja tarjoamalla hyvän hakijakokemuksen yrityksillä on mahdollisuus edelleen saada hyviä työnhakijoita. Toimintamallit, jolla hyvä hakijakokemus voidaan varmistaa vaihtelevat organisaatioiden välillä niiden luontaisten tavoitteiden ja haasteiden perusteella. (Carpenter 2013, 204,207.)

Salosen (2017, 75) mukaan hakijakokemus määritelmä on:

”Hakijakokemus on työnhakijan subjektiivinen ja kokonaisvaltainen kokemus rekrytointiprosessista, joka muodostuu hakijan ja yrityksen suoran tai epäsuoran vuorovaikutuksen seurauksena työnhaun yhteydessä. Tämä kokemus muodostuu kohtaamispisteissä, jotka tapahtuvat ennen varsinaista rekrytointiprosessia, sen aikana ja sen jälkeen.”

Salosen (2017, 65,76) tutkimuksen mukaan hakijakokemuksen muodostuessa suuri merkitys ja painoarvo on teknologialla, prosessin sujuvuudella ja kestolla, viestinnällä sekä työnhakijan ja yrityksen välisellä vuorovaikutuksella. Teknologisia elementtejä hakijat kohtaavat rekrytointiprosessin aikana usein, muun muassa tutkiessaan työpaikkailmoituksia, jättäessään hakemusta työpaikkaportaaliin ja haastatteluissa eri-

laisilla haastattelumenetelmillä, kuten videon kautta. Teknologisten elementtien pittää helpottaa rekrytointiprosessia ja tuoda siihen tehokkuutta sekä olla käyttäjäystävällisiä.

Viestintää rekrytointiprosessissa edustaa esimerkiksi prosessin kulusta tiedottaminen hakijoille. Viestinnän tulee olla informatiivista, avointa ja nopeaa. Työnhakijoiden ja yritysten edustajien välistä vuorovaikutusta taas on vastavuoroinen viestintä ja kommunikointi rekrytointiprosessin aikana, kuten esimerkiksi haastattelutilanteessa. Vuorovaikutus on hakijakokemusta parantavaa silloin, kun se koetaan henkilökohtaiseksi. Palautteen saaminen, etenkin henkilökohtaisen, paransi hakijakokemusta haastateltavien mielestä merkittävästi. (Salonen 2017, 58–59, 65, 76.)

Salonen (2017, 77) summaa hyvän hakijakokemuksen edellytyksiksi selkeän työpaikkailmoituksen, helppokäyttöisen työnhakuportaalin, nopean ja sujuvan rekrytointiprosessin, avoimen ja informatiivisen viestinnän, rennon haastattelutilanteen sekä palautteen saamisen. Tulee muistaa, että jo yksittäinen huono kohtaaminen voi romuttaa hakijakokemuksen.

Hyvään hakijakokemukseen kannattaa panostaa, sillä sen seurauksena hakija todennäköisemmin hakee yritykseen uudestaan, ottaa tarjotun työpaikan vastaan ja pysyy yrityksen asiakkaana. Hakija myös todennäköisemmin kehuu yritystä verkostolleen ja suosittelee hakemaan yritykseen töihin. (Salonen 2017, 67–69.) Geenen, Proost, Schreurs, van Dam ja Von Grumbkowin (2013, 43–44) mukaan vertaisten suosittelulla tai suosittelemattomuudella on merkitsevä vaikutus kandidaatin asennoitumiseen työpaikan hakemista ajatellen ja prosessin onnistumisen kannalta. Hakijat, jotka ovat saaneet käsityksen, että heitä kohdellaan kunnioittavasti ja oikeudenmukaisesti valintaprosessissa, hakevat tehtävään ja myös osoittavat rekrytointiprosessissa paremmin todellisen potentiaalinsa. Tämä luonnollisesti parantaa organisaatioiden mahdollisuuksia palkata tehtävään paras henkilö. Onnistunut rekrytointiprosessi, hakijakokemus ja työnantajamielikuva liittyvät kiinteästi toisiinsa ja niihin kannattaa yritysten panostaa (Virtavuo 2019, 36).

4 Tutkimustulokset

4.1 Vastaajien demografia

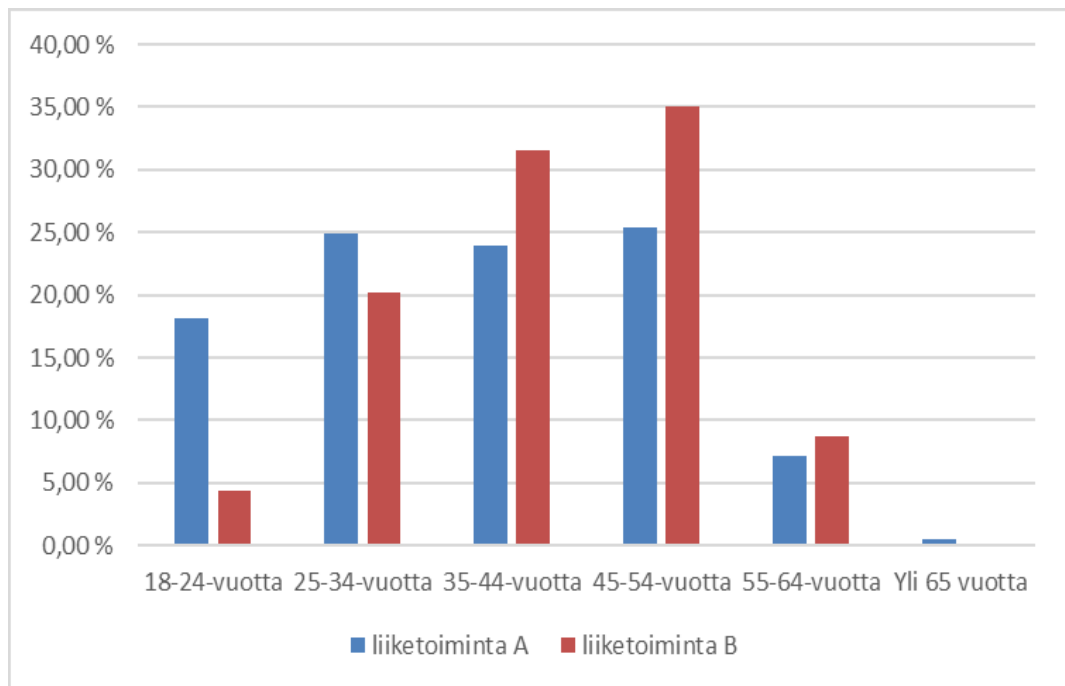
Tutkimukseen saatiin vastauksia yhteensä 287 vastaajalta vastausprosentin ollessa 12,7 %. Vastaajista melkein kaikki olivat hakeneet töitä viimeisen 12 kuukauden aikana, joten otanta sisälsi suunnitellusti aktiivisia työnhakijoita. Vastaajista 70 % ilmoitti hakeneensa liiketoiminta A:n työtehtäviä ja yli 40 % oli hakenut liiketoiminta B:n työtehtäviä. Kahden muun liiketoimintayksikön hakijat eivät juurikaan olleet edustettuna vastaajissa (liite2).

Vastaajien ikäjakauma oli hyvin tasainen ikäryhmän 25–54 edustaen kolmea neljänestä koko ryhmästä (taulukko 1).

Taulukko1. Vastaajien ikäjakauma

Ikä	N	Prosentti
18–24-vuotta	43	15 %
25–34-vuotta	71	24,7 %
35–44-vuotta	73	25,4 %
45–54-vuotta	75	26,1 %
55–64-vuotta	24	8,4 %
Yli 65 vuotta	1	0,4 %
	287	100 %

Tutkittaessa tarkemmin kahden suurimman liiketoiminnan hakijoiden ikäjakaumaa voitiin huomata ero, joka oli tilastollisesti merkitsevä ($X^2(5) = 14,966$; $p=0,011$). Liiketoiminta A:n hakijat olivat nuorempia kuin liiketoiminta B:n (kuvio 2).



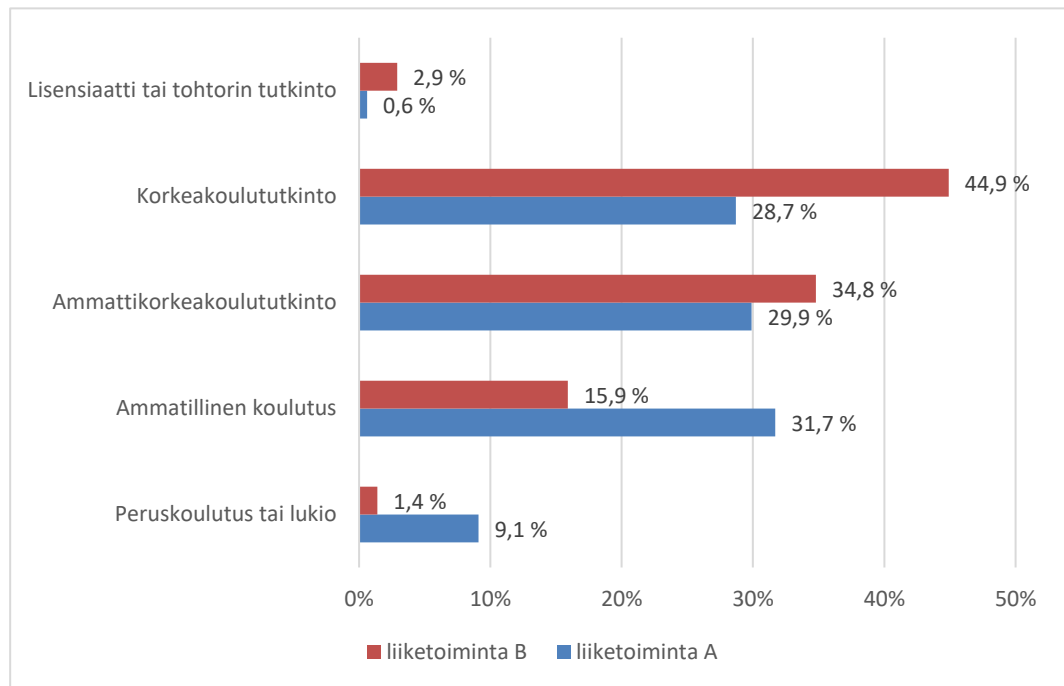
Kuvio 2. Prosentuaalinen ikäjakauma kahden suurimman liiketoiminnan hakijoissa (liiketoiminta A, n= 209, liiketoiminta B, n=114)

Vastaajia oli jokaisesta Suomen maakunnasta. Vastaajien alueellinen jakauma ei ole yhteneväinen Suomen väestön alueelliseen jakaumaan verraten (Väestörakenne 2019), mutta vastaa hyvin toimeksiantajan rekrytointien jakaumaa. Uusimaa, Pirkanmaa ja Varsinais-Suomi korostuvat aineistossa, yhdessä ne muodostavat yli 70 % kaikista vastaajista (taulukko 2). Näillä alueilla toimeksiantajan rekrytointitoiminta on vahvaa ja siksi vastaajia on kyseessä olevilta alueilta paljon.

Taulukko 2. Vastaajien maantieteellinen jakauma

Maakunta	N	Pro-
Uusimaa	134	46,7 %
Varsinais-Suomi	34	11,9 %
Satakunta	5	1,7 %
Kanta-Häme	7	2,4 %
Pirkanmaa	43	15 %
Päijät-Häme	2	0,7 %
Kymenlaakso	3	1 %
Etelä-Karjala	1	0,4 %
Etelä-Savo	2	0,7 %
Pohjois-Savo	14	4,9 %
Pohjois-Karjala	2	0,7 %
Keski-Suomi	9	3,1 %
Etelä-Pohjanmaa	11	3,8 %
Pohjanmaa	7	2,4 %
Keski-Pohjanmaa	4	1,4 %
Pohjois-Pohjanmaa	5	1,7 %
Kainuu	1	0,4 %
Lappi	1	0,4 %
Ahvenanmaa	2	0,7 %
	287	100 %

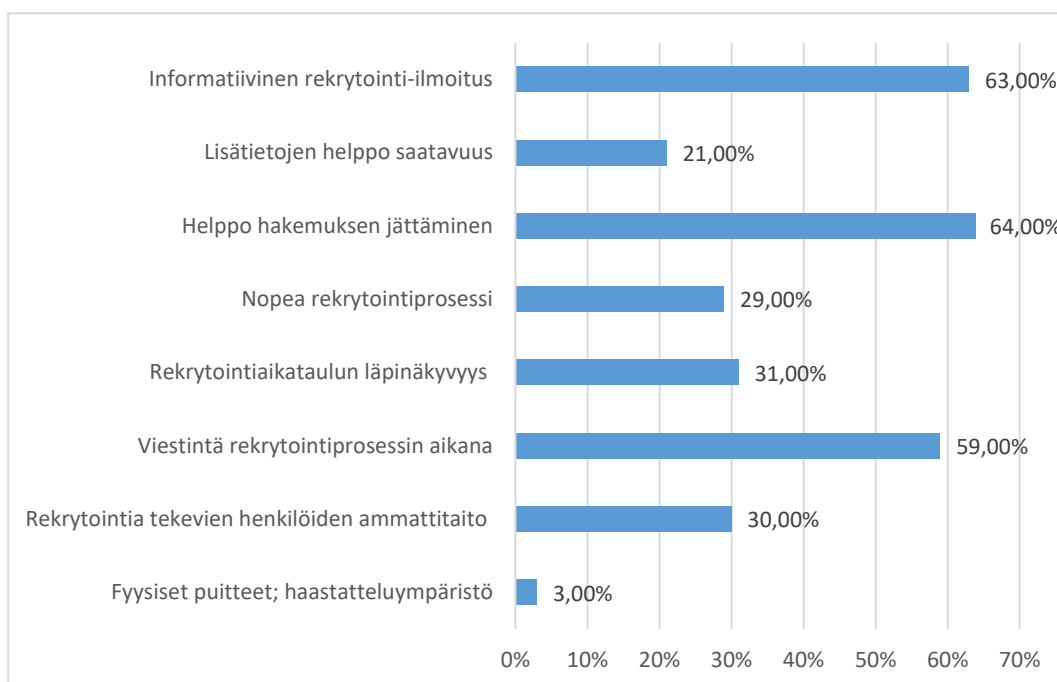
Hakijoista neljännes oli suorittanut ammattitutkinnon (ammattikoulu, opisto, erikois-ammattitutkinto). Tätä korkeammin oli koulutettu 65 % hakijoista (liite 2). Hakijoiden koulutustasoissa oli eroa kahden liiketoiminnan välillä (kuvio 3). Liiketoiminta B:n hakijat olivat erittäin merkitsevästi korkeammin koulutettuja kuin vastaavat hakijat liiketoiminta A:ssa ($\chi^2(4) = 20,490$; $p < 0,000$).



Kuvio 3. Hakijoiden koulutustaso kahden suurimman liiketoiminnan vastaajissa (n=233)

4.2 Hyvän rekrytointiprosessin muodostuminen

Kolme selkeästi tärkeintä tekijää hyvän rekrytointiprosessin muodostumisen kannalta olivat vastaajien mukaan informatiivinen rekrytointi-ilmoitus, helppo hakemuksen jättäminen sekä viestintä rekrytointiprosessin aikana. Kolmannes piti tärkeinä tekijöinä myös rekrytointia tekevien henkilöiden ammattitaitoa, nopeaa rekrytointiprosessia ja rekrytointiaikataulun läpinäkyvyyttä (kuvio 4).

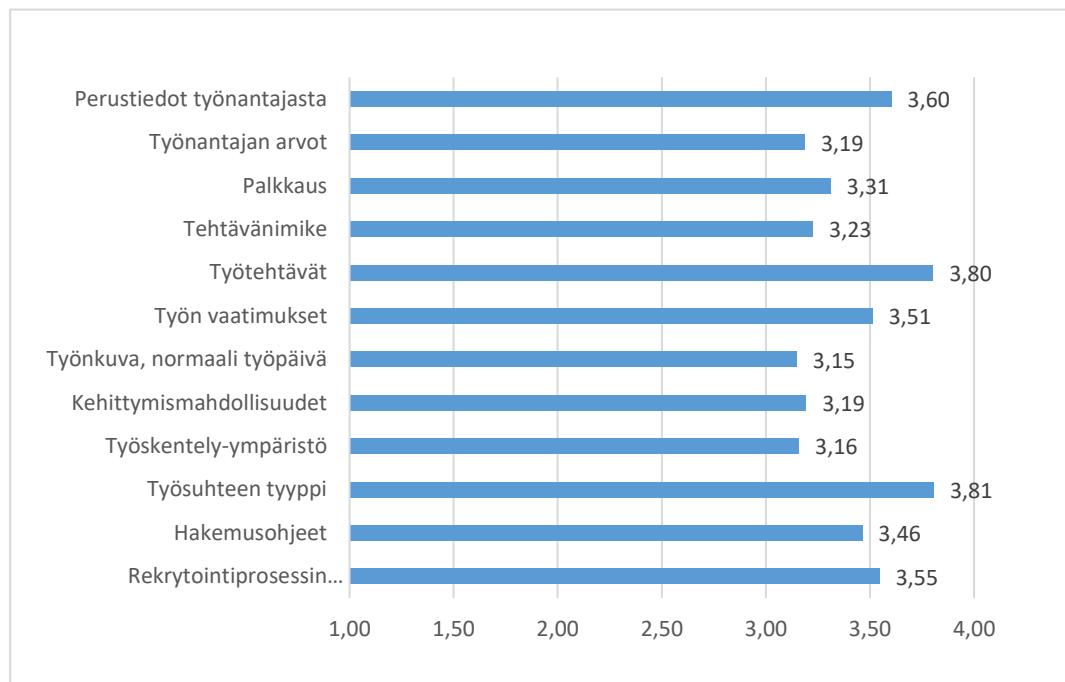


Kuvio 4. Tärkeimmät tekijät hyvän rekrytointiprosessin muodostumiseksi (n=287)

Verrattaessa kahden suurimman liiketoiminnan hakijoita keskenään voitiin ryhmien välillä havaita tilastollisesti melkein merkitseviä eroja. Helppo hakemuksen jättäminen ($p=0,017$) ja nopea rekrytointiprosessi ($p=0,011$) olivat tärkeämpiä liiketoiminta A:n kuin liiketoiminta B:n työnhakijoille. Liiketoiminta B:n hakijoille viestintä rekrytointiprosessin aikana ($p=0,028$) ja lisätietojen helppo saatavuus ($p=0,039$) oli tärkeämpää.

4.3 Työpaikkailmoitus ja rekrytointikanavat

Vastaajia pyydettiin arvioimaan työpaikkailmoituksessa olevien osioiden tärkeyttä asteikolla 1–4, joissa 1= ei lainkaan tärkeä, 2= ei kovin tärkeä, 3 = melko tärkeä, 4 = erittäin tärkeä. Työpaikkailmoituksessa tärkeimmät tiedot vastaajien mielestä olivat työsuhteen tyyppi, työtehtävät ja perustiedot työnantajasta. Hakijat kokivat myös työn vaatimusten, hakemusohjeen ja rekrytointiprosessin etenemisen sisällymistä työpaikkailmoituksessa tärkeänä (kuvio 5). Avoimissa vastauksissa tuotiin esiin myös selkeän aikataulun merkitys jo työpaikkailmoituksessa (liite 2).



Kuvio 5. Vastaajien kokemaa työpaikkailmoituksen tietojen tärkeys (n= 287)

Työnkuvauksen sisältyminen ilmoituksessa pidettiin liiketoiminta A:n hakijoiden keskuudessa tärkeämpänä kuin liiketoiminta B:n hakijoille (taulukko 3). Tämä ero oli tilastollisesti merkitsevä riippumattomien otosten t-testillä. Palkkauksen ja hakuohjeiden sisällyttäminen työpaikkailmoitukseen oli melkein merkitsevästi tärkeämpää liiketoiminta A:n hakijoille.

Taulukko 3. Tilastollisesti merkitsevät erot työpaikkailmoituksen tietojen tärkeydessä liiketoiminnoittain

Muuttuja	Liiketoiminta	N	Keskiarvo \pm keskihajonta	t(df)= T p, 2 suuntainen
Palkkaus	A	161	3,37 \pm 0,70	* t(226)= 2,069, p=0,040
	B	67	2,13 \pm 0,97	
Työnkuva, normaali työpäivä	A	162	2,51 \pm 1,05	*** t(229)= 3,265, p=0,001
	B	69	2,89 \pm 0,99	
Hakemusohjeet	A	159	1,35 \pm 0,72	* t(224)= 2,074, p=0,039
	B	67	1,11 \pm 0,31	

*=melkein merkitsevä $p < 0,05$, **= merkitsevä, $p < 0,01$, *** erittäin merkitsevä, $p < 0,001$

Hakijoita pyydettiin myös arvioimaan miten aktiivisesti he seuraavat yleisimpiä rekrytointimedioita asteikolla 1-4, jossa 1 oli ”En seuraa ollenkaan” ja 4 merkitsi ”seuraan aktiivisesti”. Hakijat seuraavat vastausten perusteella aktiivisimmin rekrytointimedioista LinkedIn -sivustoja ja Oikotie Työpaikat sekä Duunitori -työpaikkaportaaleja ja TE-palvelujen sivuja. Tärkeimpien rekrytointimedioiden seuranta-aktiivisuus näkyi myös käytännössä, sillä yhdeksän kymmenestä vastaajasta ilmoitti edellisen kerran nähneensä ilmoituksen jossain edellä mainitusta neljästä suurimmasta kanavasta (liite 2).

Kahden liiketoiminnan hakijoiden välillä eroja testattiin myös riippumattomien otosten t-testillä. Medioiden seuranta-aktiivisuudesta löytyi tilastollisesti merkitseviä eroja ryhmien välillä, erittäin merkitsevä ero ainoastaan kahden median kohdalla (taulukko 4). LinkedIn ja Oikotie Työpaikat ovat seuratuimpia rekrytointimedioita liiketoiminta B:n hakijoille. Liiketoiminta A:n hakijat seuraavat aktiivisemmin TE -palveluita, Aarresaarta, Kuntarekryä, Facebookia ja Instagramia, tosin neljän viimeisen kanavan osalta seuranta-aktiivisuus ei ole merkittävän suuri kummankaan liiketoiminnan osalta.

Taulukko 4. Tilastollisesti merkitsevät erot rekrytointikanavien seurannan aktiivisuudessa liiketoiminnoittain.

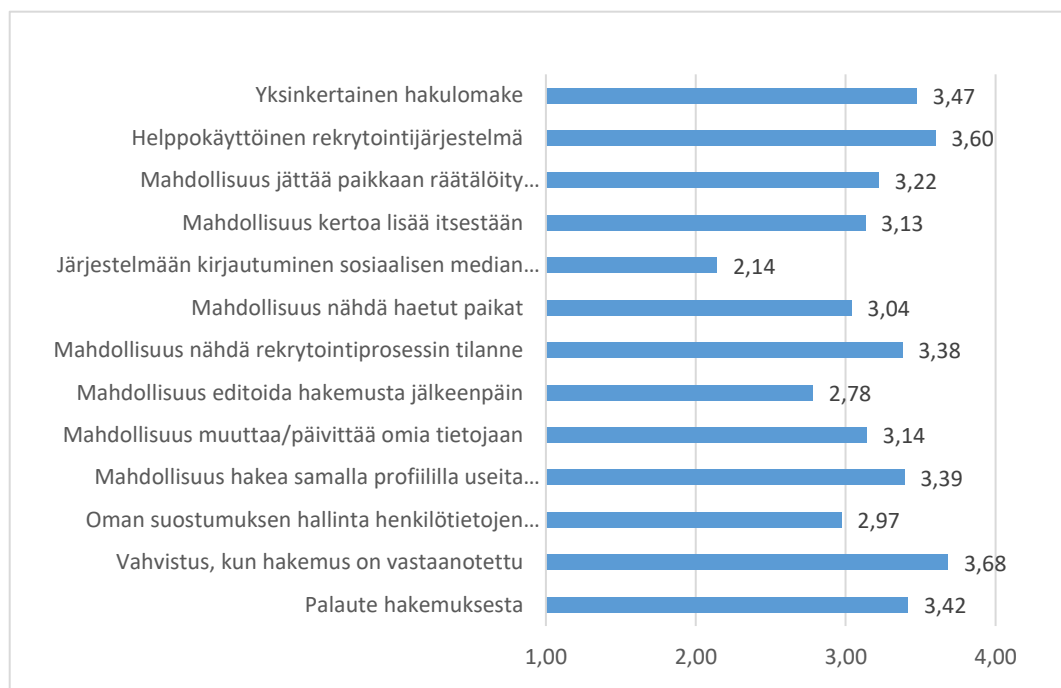
Media	Liiketoiminta	N	Keskiarvo \pm keskihajonta	t(df)= T p, 2 suuntainen
TE-Palvelut	A	157	2,48 \pm 1,10	* t(132,18)= 2,359, p= 0,02
	B	64	2,13 \pm 0,97	
Oikotie Työpaikat	A	160	2,51 \pm 1,05	* t(224)= -2,518, p=0,013
	B	66	2,89 \pm 0,99	
Aarresaari	A	130	1,35 \pm 0,72	** t (166,92)= 3,022, p=0,003
	B	46	1,11 \pm 0,31	
Kuntarekry	A	141	1,54 \pm 0,75	***t(154,471)= 3,63, p =0,000
	B	54	1,22 \pm 0,46	
LinkedIn	A	161	2,49 \pm 1,18	*** t(186,95) =-8,04, p=0,000
	B	69	3,56 \pm 0,79	
Facebook	A	161	1,95 \pm 1,01	* t(228)= 2,040, p=0,043
	B	69	1,67 \pm 0,85	
Instagram	A	158	1,58 \pm 0,89	** t(182,87)=2,994, p= 0,003
	B	69	1,27 \pm 0,61	

Erojen tilastollinen merkitys on kuvailtu merkein *=melkein merkitsevä $p < 0,05$, **=merkitsevä, $p < 0,01$, *** erittäin merkitsevä, $p < 0,001$

Ilmoituksen lukemisen jälkeen hakijat etsivät työpaikasta ja työnantajasta lisätietoja ensisijaisesti työnantajan nettisivuilta (90 %) ja googlettamalla (82 %). Kolmannes vastaajista kääntyy lisätietoja saadakseen oman verkostonsa puoleen ja vain alle viidesosa tutkii internetin keskustelupalstoja. Lisätietoa kysytään usein myös rekrytoijalta, yli puolet kysyy lisätietoja heiltä joko puhelimitse tai sähköpostitse. Avoimissa vastauksissa nostettiin esiin myös LinkedIn-sivusto paikkana, josta etsitään lisätietoa työnantajasta (liite 2).

4.4 Työhakemuksen jättäminen

Vastaajia pyydettiin arvioimaan hakijajärjestelmän ominaisuuksia niiden tärkeyden perusteella asteikolla 1–4, siten että arvo yksi merkitsi ”ei lainkaan tärkeä” ja arvo 4 oli ”erittäin tärkeä”. Kysymyksessä oli myös mahdollisuus valita en osaa sanoa -vaihtoehto, joka on laskettu pois keskiarvosta. Työhakemusta tehtäessä hakijajärjestelmään hakijoille on tärkeää helppokäyttöinen rekrytointijärjestelmä ja yksinkertainen hakulomake. Hakijajärjestelmän ominaisuuksista tärkeimmät ovat ilmoitus, kun hakemus on vastaanotettu, mahdollisuus nähdä rekrytointiprosessin tilanne ja hakea useita tehtäviä samalla profiililla (kuvio 6).



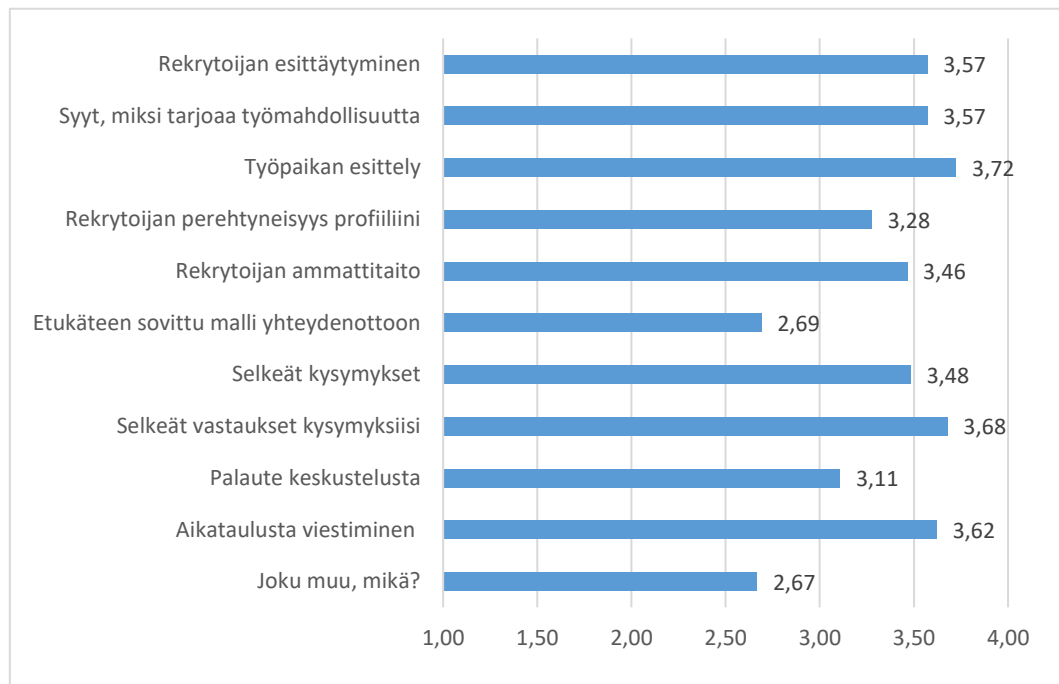
Kuvio 6. Tärkeimmät tekijät jättäessä työhakemusta hakijajärjestelmään (n= 287)

Hakijajärjestelmän ominaisuuksista neljä erosi tilastollisesti eri liiketoimintojen hakijoiden kesken. Liiketoiminta A:n hakijoille oli tärkeämpiä ominaisuuksia järjestelmän helppokäyttöisyys ($p=0,035$), mahdollisuus hakea samalla profiililla useita tehtäviä ($p=0,015$) ja mahdollisuus hallinnoida omaa suostumustaan henkilötietojen käsitteilyyn ($p=0,002$). Liiketoiminta B:n hakijoille palaute hakemuksesta oli melkein merkitsevästi tärkeämpää ($p=0,032$).

Avoimissa vastauksissa nousi esiin työnhakijoiden toive pystyä hakemaan pelkästään CV:llä ja/tai hakukirjeellä. Työnhakuun liittyvissä kommentteissa korostui toive, ettei CV:ssä olevia tai jo kerran täytettyjä tietoja tarvitse täyttää uudestaan järjestelmään – noin joka kymmenes esitti toiveen. Hakijajärjestelmältä toivottiin myös läpinäkyvyyttä prosessin etenemiseen ja noin viidellä prosentilla vastaajista oli lisätoiveena, että rekrytoinnin tilanne näkyisi myös siellä (liite 2).

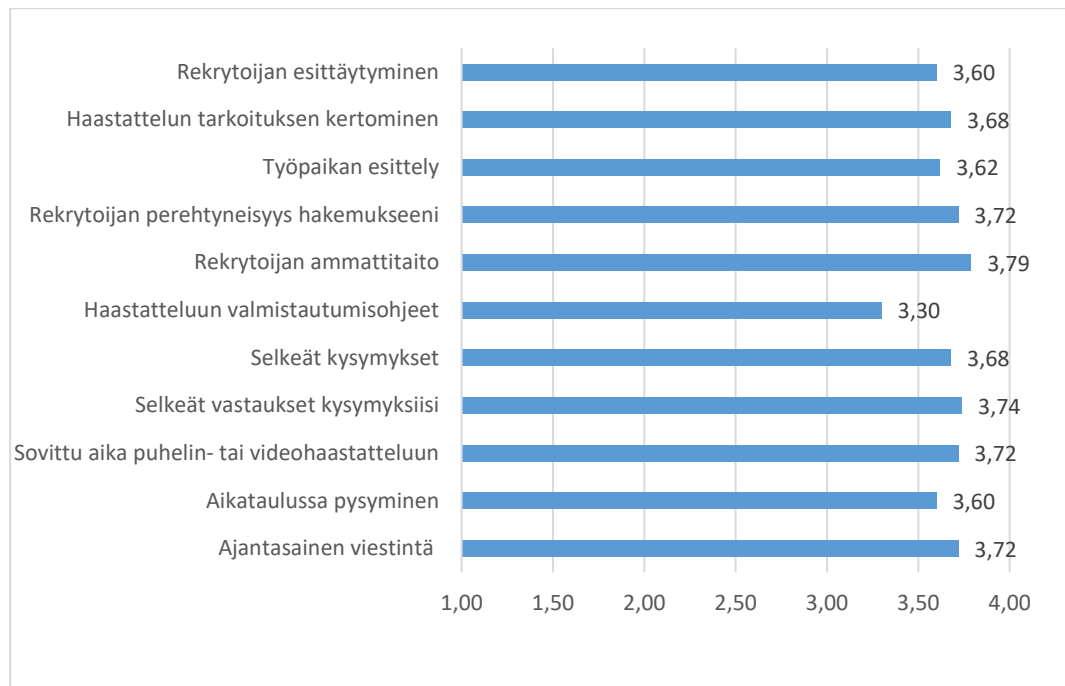
4.5 Rekrytoijan yhteydenotto ja puhelin- sekä videohaastattelu

Hakijoista kaksi kolmannelle toivoi rekrytoijan ottavan yhteyttä puhelimitse ja kolmannes sähköpostitse (liite 2). Vastanneista ainoastaan kymmenesosa oli lähestytty toimeksiantajan rekrytoijan toimesta koskien työpaikkaa, jota hakija ei ollut hakenut. Rekrytoijan ottaessa yhteyttä uudesta työmahdollisuudesta hakijat pitivät tärkeimpänä kuvausta työtehtävistä (kuvio 7). Varsinaisen työtehtävän lisäksi rekrytoijan viestintään ja informaatioon liittyvät asiat nousivat tärkeinä asioina esiin, kuten rekrytoijan esittäytyminen, tieto syistä miksi rekrytoija tarjoaa työmahdollisuutta, viestintä aikataulusta sekä selkeät kysymykset ja vastukset kysymyksiin. Tässä kysymyksessä liiketoimintojen välistä eroa ei testattu, sillä vastaajajoukko oli kokonaisuudessaan liian pieni.



Kuvio 7. Tärkeimmät asiat rekrytoijan ottaessa yhteyttä (n=29)

Kolme kymmenestä vastaajasta oli ollut toimeksiantajan rekrytoijan puhelin- tai videohaastattelussa. Näitä vastaajia pyydettiin arvioimaan puhelin- tai videohaastattelun eri tekijöiden tärkeyttä asteikolla 1–4 (1= ei lainkaan tärkeä, 4= erittäin tärkeä). Vastaajille tärkeimmät asiat olivat rekrytoijan ammattitaito ja perehtyneisyys hakemukseen, ajantasainen viestintä ja selkeät vastukset kysymyksiin (kuvio 8). Vastaajat kokivat myös muut osa-alueet tärkeinä, sillä useampi tekijä sai keskiarvoksi tärkeydellä yli 3,5. Haastatteluun valmistautumisen ohjeet olivat ainut osa-alue, josta yli 10 % vastaajista antoi arvion ”ei kovin tärkeä” (liite2).



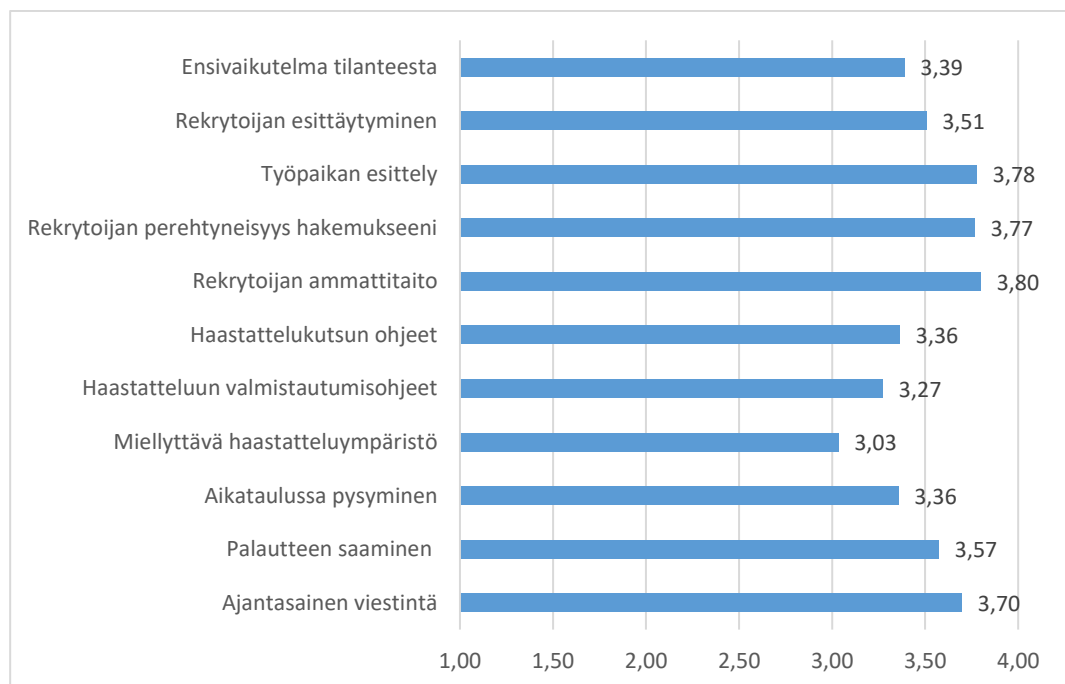
Kuvio 8. Tärkeimmät tekijät puhelin- tai videohaastattelussa (n=87)

Puhelin- ja videohaastattelussa tärkeinä pidetyt tekijät eivät eronneet tärkeimpien kysymysten osalta liiketoiminnoittain. Ainut melkein merkitsevä ero oli rekrytoijan esittäytymisen tärkeyden suhteen, joka oli liiketoiminta B:n hakijoille (keskiarvo 3,83 \pm 0,395) tärkeämpää kuin liiketoiminta A:n hakijoille (keskiarvo 3,50 \pm 0,763) ($t(68,005) = -2,326$, $p=0,023$, 2-suuntainen).

4.6 Rekrytoijan haastattelu ja ohjaaminen asiakkaan haastatteluun

Rekrytoijan työhaastattelussa oli vastaajista käynyt noin 30 % (liite 2). Työhaastatteluun liittyviä tekijöitä pyydettiin arvioimaan samalla 1-4 tärkeysasteikolla kuin puhelinhaastatteluakin (1= ei lainkaan tärkeä, 4= erittäin tärkeä).

Työhaastattelussa nousivat puhelin- ja videohaastattelua selvemmin esille vastaajille tärkeät asiat, tosin tärkeimmät tekijät olivat pääosin samat kuin puhelinhaastattelussa. Rekrytoijan ammattitaito oli selvästi tärkeimmäksi arvostettu, sillä yli 80 % haastatelluista piti tätä erittäin tärkeänä ominaisuutena (liite2). Rekrytoijan perehtyneisyys hakemukseen, ajantasainen viestintä ja palautteen saaminen olivat myös huomattavan tärkeitä tekijöitä (kuvio 9).



Kuvio 9. Rekrytoijan haastattelussa tärkeinä pidetyt asiat (n=90)

Rekrytoijan työhaastattelussa ei kaikkein tärkeimmiksi koettujen tekijöiden osalta löytynyt tilastollisesti merkitseviä eroja kahden suurimman liiketoiminnan välillä. Vähemmän arvostetulla tekijällä, miellyttävällä haastattelu ympäristöllä, havaittiin tilastollisesti erittäin merkitsevä ero. Haastattelu ympäristö koettiin liiketoiminta A:n hakijoiden keskuudessa (keskiarvo $3,195 \pm 0,715$) selvästi tärkeämmäksi kuin liiketoiminta B:n hakijoiden kesken (keskiarvo $2,66 \pm 0,814$), $t(68) = 2,939$, $p=0,004$, 2-suuntainen.

Tutkimuskyselyyn vastanneista alle viidesosa oli käynyt toimeksiantajan ohjaamana asiakkaan haastattelussa (liite 2). Toimeksiantajan toimista erityisesti asiakkaan haastattelijan tai haastattelijoiden esittely oli selkeästi tärkein, sillä melkein kaikkien asiakkaalle haastattelussa käyneiden mielestä toimenpide oli melko tärkeä tai erittäin tärkeä (taulukko 5). Aikataulun tiedottamisen tärkeys nousi esiin myös tässä rekrytoinnin vaiheessa, sillä vastaajista kaikki pitivät sitä melko tärkeänä tai erittäin tärkeänä.

Taulukko 5. Toimeksiantajan toimen tärkeys asiakkaan haastatteluun ohjaamisessa

	1= ei lainkaan tärkeä	2= ei kovin tärkeä	3 = melko tärkeä	4 = erittäin tärkeä	0= en osaa sanoa	Keskiarvo
Haastattelun tarkoituksen kertominen	(0) 0 %	(3) 5,8 %	(13) 25 %	(35) 67,3 %	(1) 1,9 %	3,63
Haastattelun aikatauluttaminen	(0) 0 %	(5) 9,6 %	(17) 32,7 %	(29) 55,8 %	(1) 1,9 %	3,47
Haastattelukutsun ohjeet	(1) 1,2 %	(7) 13,5 %	(16) 30,8 %	(27) 51,9 %	(1) 1,9 %	3,35
Haastatteluun valmistautumisohjeet	(1) 1,9 %	(10) 19,2 %	(13) 25 %	(26) 50 %	(2) 3,9 %	3,28
Haastattelijan/haastattelijoiden esittely	(0) 0 %	(1) 1,9 %	(13) 25 %	(37) 71,2 %	(1) 1,9 %	3,71
Aikataulusta viestintä	(0) 0 %	(0) 0 %	(15) 28,9 %	(36) 69,2 %	(1) 1,9 %	3,71

4.7 Valinnasta kertominen

Kohderyhmältä tiedusteltiin kahdella kysymyksellä tietoa valinnasta tiedottamisesta (liite 1). Heiltä tiedusteltiin millä kommunikaatiovälineellä he haluavat tiedon ja pyydettiin arvioimaan, mitä asioita he pitävät tärkeinä asteikolla 1-4 (1= ei ollenkaan tärkeä, 4= erittäin tärkeä), jos rekrytoija ilmoittaa, ettei ole tullut valituksi.

Vastaajista hieman yli puolet halusi ilmoituksen valinnasta sähköpostitse, ja hieman alle puolet puhelimitse, lisäksi harva tekstiviestitse (liite 2). Tärkeimmiksi asioiksi valinnasta kertomisesta vastaajat ilmoittivat valintaperusteet ja palautteen omasta hakuprosessista ja omasta suoriutumisesta haastattelussa (taulukko 6). Liiketoimintojen välistä eroa tutkiessa huomattiin, että palautteen saaminen, sekä omasta hakuprosessista että omasta suoriutumisesta haastattelussa, oli tilastollisesti melkein merkitsevästi tärkeämpää liiketoiminta B:n hakijoille.

Taulukko 6. Valinnasta ilmoittamisessa tärkeimmät asiat liiketoiminnoittain

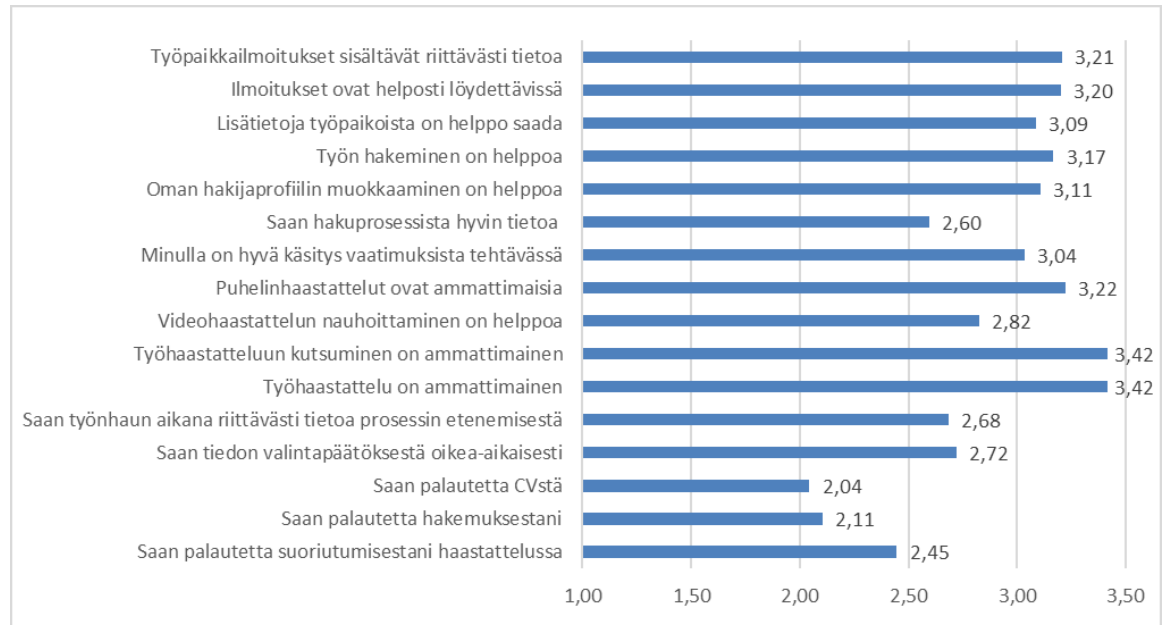
	Liiketoiminta	N	Keskiarvo ± keskihajonta	t(df)= T p, 2 suuntainen
Valintaperusteet	A	164	3,56 ± 0,59	
	B	68	3,69 ± 0,70	
Palaute omasta hakuprosessista	A	164	3,44 ± 0,68	* t(231)= -2,522, p =0,012
	B	69	3,68 ± 0,63	
Palaute omasta suoriutumisesta haastattelussa	A	161	3,48 ± 0,72	* t(226)= -2,40, p =0,026
	B	67	3,70 ± 0,60	
Tieto muista avoimista tehtävistä	A	161	3,40 ± 0,74	
	B	69	3,28 ± 0,80	

Erojen tilastollinen merkitys on kuvailtu merkein *=melkein merkitsevä p< 0,05, **=merkitsevä, p< 0,01, *** erittäin merkitsevä, p<0,001

4.8 Rekrytointiprosessin onnistuminen

Vastaajia pyydettiin myös arvioimaan heidän läpikäymäänsä rekrytointiprosessia kahdella erilaisella tavalla. Ensin heitä pyydettiin arvioimaan väittämien toteutumista asteikolla 1–4, jossa 1= täysin eri mieltä, 2= eri mieltä, 3 = samaa mieltä ja 4 = täysin samaa mieltä. Kysymyksessä oli myös mahdollisuus vastata en osaa sanoa -vaihtoehdolla, jotka on laskettu pois keskiarvosta. Vastaajat olivat eniten samaa mieltä siitä,

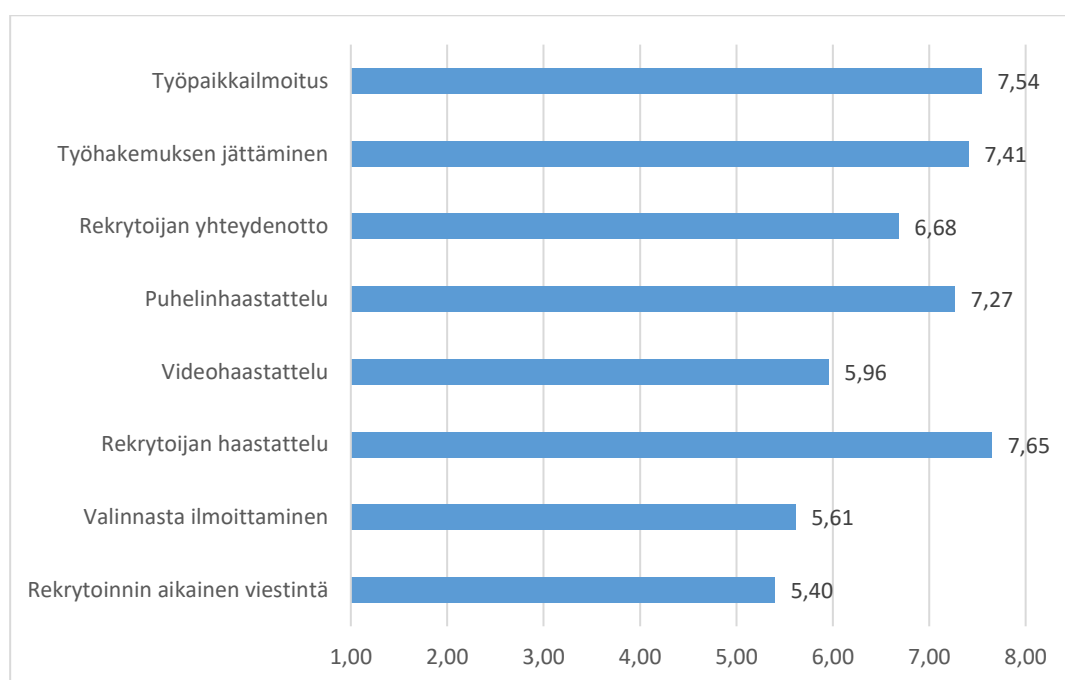
että rekrytoijan haastattelu ja haastatteluun kutsuminen oli ammattimainen. Vähiten samaa mieltä he olivat siitä, että saivat palautetta CV:stään, hakemuksestaan tai suoriutumisestaan haastattelussa (kuvio 10).



Kuvio 10. Rekrytointiprosessista esitettyjen väitteiden todenmukaisuus vastaajien mielestä (n=287)

Kahden suurimman liiketoiminnan hakijoiden keskuudessa melkein merkitsevä ero oli ainoastaan kahdessa väittämässä. ”Saan hakuprosessista hyvin tietoa” -väittämän kanssa liiketoiminta A:n hakijat olivat enemmän samaa mieltä ($2,712 \pm 0,894$) kuin liiketoiminta B:n hakijat ($2,40 \pm 0,906$), $t(204) = 2,269$, $p=0,024$, 2-suuntainen. Myös ”Minulla on hyvä käsitys vaatimuksista, mitä tehtävässä odotetaan” -väittämän kanssa liiketoiminta A:n tehtäviä hakeneet olivat enemmän samaa mieltä ($3,1226 \pm 0,648$) kuin B:n vastaavat ($2,9231 \pm 0,64488$), $t(218) = 2,086$, $p=0,038$, 2-suuntainen. Samaan viittaava tulos saatiin ristiintaulukoidessa tätä väittämää koulutustason kanssa, mutta tulos koulutuksen osalta ei ole tilastollisesti luotettava, sillä Khiin neliön testin kriteerit eivät täyttyneet.

Vastaajia pyydettiin arvioimaan arvosanalla 1–10 rekrytointiprosessin eri osien onnistumista, siten että 1 = heikko ja 10 = erinomainen (liite 2). Tyytyväisimpiä vastaajat olivat rekrytoijan haastatteluun, työpaikkailmoitukseen, työhakemuksen jättämiseen ja puhelinhaastatteluihin. Vähiten tyytyväisiä hakijat olivat rekrytointiprosessin aikaiseen viestintään ja valinnasta ilmoittamiseen (kuvio 11.) Myöskään videohaastatteluun ei oltu tyytyväisiä, tosin vastaajista ainoastaan neljännes arvioi tämän rekrytointiprosessin vaiheen (liite2).



Kuvio 11. Arvio toimeksiantajan rekrytointiprosessin eri osien onnistumisesta

Rekrytointiprosessin tyytyväisyyden suhteen eri liiketoimintojen kesken ei löytynyt merkitseviä eroja. Ristintaulukoinnissa ei löytynyt myöskään merkitseviä eroja vastaajan tyytyväisyydellä suhteessa vastaajan ikäryhmään tai koulutustasoon.

Avoimia palautteita saatiin yhteensä 55 kappaletta (liite 3). Näistä selkeästi positiivista palautetta annettiin seitsemässä palautteessa. Positiivisina nostettiin esiin hakemisen helppous ja onnistunut yhteydenpito. Selkeästi korjaavaa palautetta sisältäviä avoimia kommentteja oli yli kolmekymmentä kappaletta ja näistä palautteista

kaksi kolmannesta käsitteli eri tavoin viestinnän heikkoutta tai kehitystarpeita. Avointa vastauksista kävi ilmi useilla hakijoilla olleen kokemuksia rekrytoinnin valintojen puutteellisesta tiedottamisesta.

5 Johtopäätökset ja kehitysideat

Kyselyssä vastaajat nimesivät oman hyvän hakijakokemuksen muodostumisensa kanalta tärkeimmiksi tekijöiksi informatiivisen rekrytointi-ilmoituksen, helpon hakemuksen jättämisen ja viestinnän rekrytoinnin aikana. Tutkimuksen perusteella toimeksiantajan rekrytointiprosessissa onnistuu hakijoita tyydyttävästi informatiivinen hakuilmoitus ja helppo hakemuksen jättäminen. Tämä on toimeksiantajalle myönteinen tulos, sillä Duunitorin tekemän suuren työnhakijatutkimuksen (2020) mukaan hakijan kokemaan työnantajamielikuvaan vaikuttaa positiivisesti työpaikkailmoituksen selkeys ja rekrytointiprosessissa kaikkein turhauttavimmaksi koetaan työnhakulomakkeiden täyttäminen.

Työpaikkailmoitukset koetaan informatiivisiksi ja helposti löydettäviksi, lisäksi voidaan todeta toimeksiantajan rekrytointikanavavalikoiman olevan hakijoita ajatellen sopiva, sillä hakijoiden seuratuimmat rekrytointikanavat vastasivat toimeksiantajan valikoimaa. Työpaikkailmoituksien kirjoittamisessa ja jakamisessa toimeksiantajan tulee kuitenkin jatkossa huomioida erot erilaisissa hakijoissa. Nuorempia ja vähemmän koulutettuja hakijoita tavoiteltaessa ilmoituksien tulisi sisältää työnkuvauksen, palkkauksen ja hakuohjeet. Koulutetumpia ja vanhempia hakijoita, kuten liiketoiminta B:n hakijat ovat, tavoiteltaessa kannattaa huomioida LinkedIn-sivuston selkeä vaikutavuus hakijoihinsa ja mahdollistaa ilmoitusten laaja levittäminen palveluun.

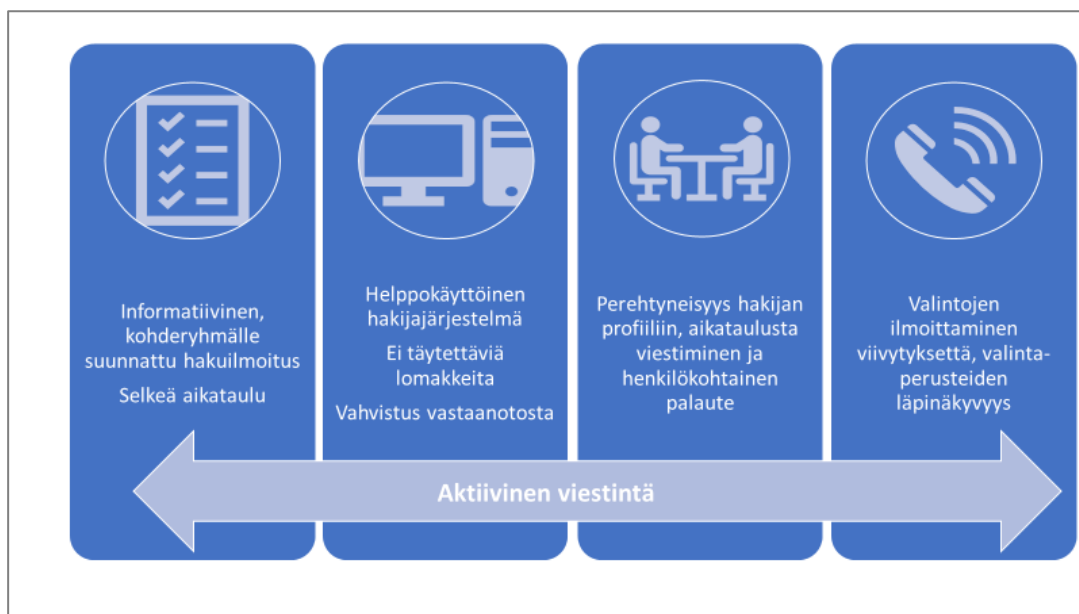
Ilmoituksen lukemisen jälkeen hakijat etsivät lisätietoa työnantajasta joko googlettamalla tai yrityksen nettisivuista. Tämä on toimeksiantajankin hyvä huomioida toiminnassaan, tarjoamalla helposti asiakasyrityksen lisätiedot ilmoituksessa tai viittaamalla muuhun tarjolla olevaan lisätietoon. Yhä useammalla yrityksellä on urasivusto, joka sisällöllään välittää työnantajan työtekijälupausa ja tarjoaa lisätietoa työnhakijoille. Internetin kautta löydettävällä materiaalilla, sosiaalisen median tileillä ja esimerkiksi

blogeilla ja keskustelufoorumeilla, on enenevässä määrin määrävä asema lisäinformaation tarjoamisessa. (Trost 2014.) Vaikka toimeksiantaja pääsääntöisesti rekrytoi asiakkaan toimeksiannosta, tulee myös rekrytointialan yrityksen olla tarkkoja ja tietoisia yritystään koskevista mielikuvasta ja keskusteluista internetissä.

Toimeksiantajan prosessissa hakijat olivat tyytyväisiä työhakemuksen jättämiseen. Toimeksiantajalla on käytössään järjestelmä, jossa on työnhakijoiden tärkeimmiksi koetut ominaisuudet, kuten helppokäyttöisyys, hakulomakkeen yksinkertaisuus, ilmoitus hakemuksen vastaanottamisesta ja mahdollisuus hakea useita tehtäviä samalla profiililla. Jos mahdollista, toimeksiantajan kannattaa lisätä portaaliinsa järjestelmäominaisuus, joka antaa työnhakijalle mahdollisuuden nähdä oman rekrytointiprosessinsa tilanteen. Tämä koettiin vastaajien kesken tärkeäksi ja se parantaisi prosessin etenemisen läpinäkyvyyttä.

Rekrytoijan toiminnasta sekä puhelin- että henkilökohtaisissa haastatteluissa nousee esiin hakijoille tärkeinä tekijöinä rekrytoijan ammattitaito, perehtyneisyys hakijan profiiliin, selkeys kysymyksiin vastatessa ja henkilökohtaisen palautteen anto haastattelutavalle. Hakijat ovat tyytyväisiä rekrytoijan yhteydenottoon ja ammattimaisiin haastatteluihin, mutta eivät koe saavansa palautetta hakemuksestaan, CV:stä tai haastattelusta. Parannettavaa on myös rekrytointiprosessia ja sen etenemisestä koskevassa viestinnässä.

Tutkimuksen perusteella rekrytointiprosessista pystytään tunnistamaan ja vahvistamaan viisi tekijää, joilla on erityinen vaikutus aktiivisten työnhakijoiden hakijakokemukseen (kuvio 12). Hakuilmoituksen tulee olla selkeä, kattavasti perustiedot sisältävä ja helposti löydettävissä. Hakijajärjestelmän tulee olla helppokäyttöinen, hakemuslomakkeen yksinkertainen ja järjestelmän tulee vahvistaa hakemuksen saapuminen perille. Kohtaamisessa rekrytoijan kanssa tärkeää hakijalle on perehtyneisyys hakemukseen, aikataulusta viestiminen ja palautteen saaminen. Valinnan osalta tärkeää on ilmoittaminen ajantasaisesti ja valintaperusteiden läpinäkyvyys. Rekrytointiviestintä nousee kaikissa prosessin aikana olevissa kohtaamispisteissä tärkeäksi.



Kuvio 12. Hyvän rekrytointiprosessin muodostuminen toimeksiantajalla

Toimeksiantajalla on hyvä tilanne työpaikkailmoitusten, hakijajärjestelmän ja rekrytoijan kanssa kohtaamisen osalta. Viestinnän kehittämisen tarve korostui; aikataulujen ja prosessin etenemisen tiedottaminen on tärkeää ilmoituksesta lähtien jokaisessa prosessin vaiheessa. Kun työnhakijalle kerrotaan, mitä tapahtuu rekrytoinnin seuraavassa vaiheessa ja milloin, sitoutuminen rekrytoivaa yritystä kohtaan nousee kahdella kolmesta hakijasta (EMEA Candidate Experience Research Report 2019). Lisäksi valintojen ilmoittaminen oikea-aikaisesti ja viivytyksettä on toimenpide, johon tulee kiinnittää huomiota. Kehittämistoimenpiteenä ehdotan toimeksiantajalle viestintäsuunnitelman tekemistä ja käyttöönottoa kaikkiin rekrytointeihin.

Palautteen antamisen tärkeys nousee esille tässä tutkimuksessa. Hakijat pitävät tärkeänä saada palautetta hakemuksestaan, CV:stään ja onnistumisestaan haastattelussa. Toimeksiantajan olisi hyvä harkita systemaattista, jopa automatisoitua palautteen antamista ja pyytämistä jokaisessa rekrytoinnin vaiheessa. Kun työnhakijalle annetaan palautetta ja annetaan hänelle mahdollisuus antaa palautetta, tyytyväisyys prosessiin kasvaa huomattavasti. (EMEA Candidate Experience Research Report 2019).

6 Pohdinta

6.1 Tutkimuksen onnistuminen ja jatkotutkimuskohteet

Tämän työn tarkoituksena oli tutkia toimeksiantajan rekrytointiprosessissa aktiivisten työnhakijoiden hakijakokemusta. Tärkeimmät tutkimuskysymykset jakautuivat kolmeen osaan: 1) Mitä asioita toimeksiantajayrityksen työnhakijat pitävät tärkeinä rekrytointiprosessin eri osissa? 2) Miten työnhakijat kokevat toimeksiantajan rekrytointiprosessin eri osien onnistuvan? 3) Mitä toimeksiantajan tulisi omassa rekrytointiprosessissaan kehittää?

Tietoperustan perusteella luotu kyselylomake vastasi hyvin näihin kysymyksiin ja vastukset heijastavat samankaltaista trendiä, jota on hakijakokemukseen keskittyvissä tutkimuksissa löydetty. Tutkimusmenetelmä sopi hyvin valittuun kohderyhmään ja aineiston kerääminen sujui hyvin. Valittu otos aiheutti kuitenkin sen, etteivät jokaisen kohtaamispisteen kokemukset olleet täysin vertailtavissa toisiinsa, sillä kaikki vastaajat eivät olleet läpikäyneet samoja kohtaamispisteitä. Vastauksia saatiin kuitenkin yksittäisiin rekrytointiprosessin osiin riittävästi, jotta vertailuja voitiin tehdä. Valitettavasti vastaajien määrä eri liiketoimintojen osalta ei ollut riittävä analysointiin liiketoimintojen C ja D osalta. Jotta näiden ryhmien osuus olisi ollut riittävä analyysiin, olisi otos tullut suunnitella eri tavoin tai otosta olisi tullut suurentaa.

Tutkimuksen perusteella tunnistettiin viisi tekijää, joilla on erityinen vaikutus aktiivisten työnhakijoiden hakijakokemukseen. Hakuilmoituksen sisältö, hakijajärjestelmän yksinkertaisuus, rekrytoijan kanssa kohtaamisen viestinnälliset osa-alueet, valintapäätöksestä tiedottaminen oikea-aikaisesti ja aktiivinen rekrytointiviestintä ovat tärkeitä toimeksiantajayrityksen työnhakijalle. Tulokset vahvistavat Salosen (2019,78) päätelmän siitä, että yritysten selkeitä kehityskohteita ovat tiedottaminen ja vuorovaikutuksen avoimuus sekä henkilökohtainen kohtelu mm. palautteen muodossa. Samoin tutkimus vahvistaa Kansallisen rekrytointitutkimuksen (2020) löydökset työpaikkailmoituksen ja rekrytointijärjestelmän helppouden merkityksestä hakijalle. Yl-

lättäen prosessin nopeus ja sujuvuus, jonka Salonen (2019, 78) nostaa tutkimuksensa esille, ei noussut esiin toimeksiantajan hakijoilla. Tämä on mielenkiintoinen havainto, sillä EMEA Candidate Experience Research Report (2019) suosittelee myös rekrytointiprosessin sujuvoittamista ja nopeuttamista. Jatkotutkimusaiheena olisi hyvä selvittää, mikä on toimeksiantajan rekrytointiprosessin kesto ja miten se suhteutuu muihin alan toimijoihin.

Tutkimuksessa saatiin hyvä käsitys siitä, mikä onnistuu toimeksiantajan rekrytointiprosessissa ja missä toimintaa tulee vielä kehittää. Onnistuneimpia osa-alueita ovat kattavat työpaikkailmoitukset ja sopivat rekrytointikanavat sekä helppokäyttöinen hakijajärjestelmä. Kehitettäviä toimenpiteitä ovat rekrytointiprosessiin liittyvä viestintä, palautteen antaminen ja valinnasta tiedottaminen. Rekrytoinnin aikaisen viestinnän kehittäminen edellyttää huolellista suunnittelua ja suunnittelu puolestaan jatkotutkimusta siitä, mikä on työnhakijoille ratkaisevan tärkeää rekrytointiviestinnän sisällössä.

Toimeksiantajan tulee ehdottomasti jatkaa hakijakokemuksensa mittaamista, jotta saadaan edustavat otokset myös liiketoiminta C:n ja liiketoiminta D:n hakijoiden arvostuksista. Hakijoiden segmentoinniksi ja esimerkiksi alueellisten erojen löytämiseksi tulee myös kasvattaa otoskokoa ja jatkaa hakijakokemuksen mittaamista. Tässä tutkimuksessa löydettyjä, hakijakokemukselle tärkeitä asioita kehitettäessä tulee muutosten onnistuminen ja vaikutus todentaa toistamalla mittaus.

6.2 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Tutkimuksen luotettavuuteen on pyritty kaikin tavoin kiinnittämään huomioita jo alusta lähtien. Validiteetti- ja reliabiliteettikysymykset otettiin huomioon jo tutkimuksen suunnitteluvaiheessa ja tutkimusmenetelmät, mittarit ja otos valittiin siten, että tuloksista voidaan saada oikeaa tietoa tutkimuskysymykseen nähden. Tutkimusvaiheet on dokumentoitu huolellisesti ja kattavasti ja tutkimustyöhön liittyvät päätökset on perusteltu. Aineistonkeruu on toteutettu vastuullisesti, tutkittavien henkilöiden anonymiys ja tietosuoja varmistuen. Kohderyhmän kuuluvia henkilöitä on lähestytty

informoiden kattavasti aineiston käyttötapa. Lisäksi tutkimukseen kutsutuille on tarjottu mahdollisuus esittää lisäkysymyksiä.

Kvantitatiivisen tutkimuksen luotettavuuteen kuuluu olennaisesti reliabiliteetti, joka merkitsee saatujen mittaustulosten pysyvyyttä. Reliaabeli mittaristo tuottaa samat tulokset myös seuraavalla mittauskerralla (Kananen 2011,121). Tutkimuskysely lähetettiin siten, että ensimmäisen kyselyn jälkeen kyselystä muistutettiin viikon kuluttua ja uudelleen toisen viikon kuluttua. Kun eri aikaan vastanneiden henkilöiden tuloksia verrattiin toisiinsa, olivat vastaukset samalla tavalla jakautuneet kaikissa vastauksissa. Kysymyspatteristoa voidaan siis pitää reliabiliteetiltaan hyvänä, sillä tulokset eivät voineet johtua sattumasta. Hakijakokemus on ilmiönä kuitenkin sellainen, että useat asiat, kuten rekrytoijien toimintamallien muutos, hakijoiden yleinen tunne hyvästä palvelusta tai hakijapulan myötä yritysten panostus hakijakokemukseen tulee muuttamaan ilmiötä ajan myötä. Siksi tutkimuksen tulokset, vaikka ovatkin ajankoh- taisia juuri toimeksiantajalle ja tässä ajassa, eivät ole välttämättä toistettavissa ajan myötä. Tulokset eivät siis omaa stabiliteettia ilmiön edelleen kehittyessä.

Määrällisen tutkimuksen toinen luotettavuuden mittari on validiteetti. Validiteetti voidaan varmistaa käyttämällä oikeaa tutkimusmenetelmää, valideja mittareita ja tietenkin mittaamalla ja tutkimalla oikeita asioita (Kananen 2011, 121). Valittu menetelmä oli kohderyhmään nähden perusteltu ja aineiston keräämisessä käytetty kysely ja sen mittaristo oli huolella suunnittelu ja myös testattu useamman ulkopuolisen, mutta asiaa tuntevan henkilön toimesta. Nämä testaajat vahvistivat kysymyksen asettelun yksiselitteisyyden ja mittariston sopivuuden.

Web-kyselyissä otoksen kato on usein korkea ja tämä oli ongelmallinen osa myös tässä tutkimuksessa. Kanasen (2011, 73) mukaan tilastotieteen kannalta alle kolmenkymmenen prosentin vastausprosentit ovat riittämättömiä antamaan luotettavaa tietoa tutkimusongelmasta. Tässä kyselyssä vastausprosentti jäi selkeästi vaaditun alle. Toisaalta kyselyyn valittu osallistujamäärä oli sen verran suuri, että tutkimusaineis- tosta pystyttiin tekemään tilastollista analyysiä. Aineistosta saatuihin tuloksiin tulee

kuitenkin suhtautua varauksella erityisesti liiketoiminta C ja D:n hakijoiden osalta, joiden otos aineistossa oli niin pieni, ettei näiden hakijaryhmien eroja voitu tunnistaa. Tutkimusaineisto ei siis riittävällä tavalla edustanut kaikkia toimeksiantajan hakijoita.

Tutkimuksen validiteettia vahvistaa myös se, että viimeaikaisissa tutkimuksissa on löydetty vastaavia tuloksia. Aineiston hankinnan jälkeen julkaistiin muun muassa Kansallinen rekrytointitutkimus (2020), joka vahvistaa useita tässä tutkimuksessa löydettyjä tuloksia.

Lähteet

- Adams, J., Raeside, R., & Khan, H. T. A. 2014. Research Methods for Business and Social Science Students (Vol. Second edition). New Delhi: Sage Publications Pvt. Ltd. Viitattu 22.9.2019. <https://janet.finna.fi/>, Ebook Central Academic Complete International Edition.
- Allen, D. G., Scotter, J. R. V. & Otondo, R. F. 2004. Recruitment communication media; impact on prehire outcomes. *Personnel Psychology*, 57, 1, 143–171. Viitattu 17.3.2020. <https://janet.finna.fi/>, ProQuest Central.
- Carpenter, L. 2013. Improving the candidate experience. *Strategic HR Review*, 12, 4, 203–208. Viitattu 13.4.2020. <https://janet.finna.fi/>, ProQuest Central.
- Cowles, E. L. & Nelson, E. 2015. An Introduction to Survey Research. New York: Business Expert Press. Viitattu 16.3.2020. <https://janet.finna.fi/>, Ebook Central Academic Complete International Edition.
- Crawley, M. J. 2014. Statistics: An introduction using R (Second edition.). Chichester, West Sussex: John Wiley & Sons, Ltd. Viitattu 31.3.2019. <https://learn.cipio.com/books/743c9570-f38b-11e6-bb29-0242c0a80506>.
- EMEA Candidate Experience Research Report 2019. TalentBoard verkkosivusto. Viitattu 11.3.2020. <http://www.thetalentboard.org/cande-awards/cande-research-reports/>.
- Geenen, B., Proost, K., Schreurs, B., van Dam, K. & Von Grumbkow, J. 2013. What friends tell you about justice: The influence of peer communication on applicant reactions. *Journal of Work and Organizational Psychology* 29, 37–44. Viitattu 11.3.2020. <https://janet.finna.fi/>, ProQuest Central.
- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita. Viitattu 30.09.2019. <https://janet.finna.fi/>, Ellibs.
- Heinonen, E. 2019. Mitä mieltä verkostoni on? Minkälaisia tietoja työnhakijat etsivät potentiaalisista työnantajista omasta verkostostaan? Opinnäytetyö, AMK. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, liiketalouden koulutusohjelma. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2019060414820>.
- Huovila, P. & Kokkola, P. 2015. Rekrytointi henkilöstöpalvelualan yrityksen avulla Case: Go On Lahti. Opinnäytetyö. Lahden ammattikorkeakoulu, liiketalouden ala, johtaminen ja viestintä. Viitattu 30.9.2019. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2015060412426>.
- ISO 30405:2016 Human resource management — Guidelines on recruitment. Viitattu 10.3.2020. <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:30405:ed-1:v1:en>.
- Joki, M. 2018. Henkilöstöasiantuntijan käsikirja, 6., uud. p. Helsinki: Kauppakamari.

Kananen, J. 2011. Kvantti. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Miles, S. J. & Mccamey, R. 2018. The candidate experience: Is it damaging your employer brand? Business Horizons, 61, 5, 755–764. Viitattu 16.3.2020. <https://jyu.finna.fi/>, Business Horizon.

Mondy, R. W. & Martocchio, J. J. 2016. Human resource management, 14th ed., global ed.). Boston: Pearson.

Mäkelä, A. 2019. ”Työnantajan vallasta on siirrytty työnhakijan miellyttämiseen” – osaajapula piinaa yhä työnantajia. Viitattu 22.9.2019. <https://duunitori.fi/tyoelama/kansallinen-rekrytointitutkimus-2019-osaajapula>.

Näin Suomi hakee töitä 2019. Oikotie Työpaikat & Marketing Clinic. Viitattu 17.3.2020. <https://tyopaikat.oikotie.fi/tyonantajalle/artikkelit/nain-suomi-hakee-toita-tutkimus>.

Oja, S. 2017. Hakijakokemuksen merkitys rekrytointiprosessissa -Digitaalisuus osana rekrytointia. Opinnäytetyö. Lahden ammattikorkeakoulu, liiketalouden ja matkailun ala, liiketalouden koulutusohjelma, markkinointi. Viitattu 22.9.2019. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2017060512486>.

Rinkinen, J. 2019. Digitaalisen liiketoiminnan asiantuntijoiden yhteydenottokokemukset suorahaussa. Opinnäytetyö AMK. Metropolia ammattikorkeakoulu, liiketalouden tutkinto-ohjelma. Viitattu 17.3.2019. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2019052712338>.

Salli, M. & Takatalo, S. 2014. Loista rekrytoijana: Hoida kosiomatka tyyllillä. Helsinki: Kauppakamari.

Salonen, A. 2019. Hyvän hakijakokemuksen muodostuminen ja sen seuraukset – Tarkastelussa nuorten ammattilaisten kokemukset asiantuntijarekrytointiprosesseista. Pro gradu -tutkielma. Turun kauppakorkeakoulu, markkinointi. Viitattu 16.3.2020. <https://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/143972/Salonen%20Annika.pdf?sequence=1>.

Suuri työnhakijatutkimus 2020. Duunitori. Verkkojulkaisu. Viitattu 5.4.2020. <https://duunitori.fi/rekrytointi/tyonhakijatutkimus/>.

Taanila, A. 2016. SPSS: Kahden riippumattoman otoksen vertailu. Verkkosivu. Viitattu 31.3.2019. <https://tilastoapu.wordpress.com/tag/levne-testi/>.

Taanila, A. 2019: Määrällisen datan kerääminen. Viitattu 17.9.2019. <http://myy.haaga-helia.fi/~taaak/t/suunnittelu.pdf>.

Trost, A. 2014. Talent Relationship Management: Competitive Recruiting Strategies in Times of Talent Shortage. Springer. Viitattu 7.4.2020. <https://share.percipio.com/cd/w4PLAuYdr>.

Valli, R. 2018. Numerot ja niiden tulkinta määrällisessä tutkimuksessa. Julkaisussa Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. Toim. R. Valli. 5. uud. p. Keuruu: PS -kustannus.

Väestörakenne. 2019. Suomen virallinen tilasto. Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu: 21.3.2020. <http://www.stat.fi/til/vaerak/index.html>.

Walker, H. J., Feild, H. S., Giles, W. F. & Bernerth, J. B. 2008. The interactive effects of job advertisement characteristics and applicant experience on reactions to recruitment messages. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 81, 4, 619-638. Viitattu 10.3.2020. <https://jyu.finna.fi/>.

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake

Mitkä ovat sinulle kolme tärkeintä asiaa hyvän rekrytointi kokemuksen muodostumisen kannalta?

*

- ☐ Informatiivinen rekrytointi-ilmoitus
- ☐ Lisätietojen helppo saatavuus
- ☐ Helppo hakemuksen jättäminen
- ☐ Nopea rekrytointiprosessi
- ☐ Rekrytointiaikataulun läpinäkyvyys
- ☐ Viestintä rekrytointiprosessin aikana
- ☐ Rekrytointia tekevien henkilöiden ammattitaito
- ☐ Fyysiset puitteet; haastatteluympäristö
- ☐ Joku muu, mikä?

Kuinka tärkeinä pidät seuraavia työpaikkailmoituksen osia?

	1= ei lainkaan tärkeä	2= ei kovin tärkeä	3 = melko tärkeä	4 = erittäin tärkeä	5= en osaa sanoa
Perustiedot työnantajasta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työnantajan arvot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palkkaus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tehtävänimike	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työtehtävät	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työn vaatimukset (työkokemus, koulutusvaatimukset jne.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työnkuva, normaali työpäivä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kehittymismahdollisuudet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1= ei lainkaan tärkeä	2= ei kovin tärkeä	3 = melko tärkeä	4 = erittäin tärkeä	0= en osaa sanoa
Työskentely-ympäristö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työsuhteen tyyppi kuten vakituisuus, määräaikaisuus, osa-aikaisuus jne.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hakemusohjeet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rekrytointiprosessin eteneminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Joku muu, mikä? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kuinka aktiivisesti seuraat seuraavia rekrytointikanavia?

	1= en ollenkaan	2= silloin tällöin	3 = melko aktiivisesti	4 = erittäin aktiivisesti	0= en tunne kanavaa
Duunitori *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TE-Palvelut *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oikotie Työpaikat *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Monster *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aarresaari *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Printtilehdet *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Indeed *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rekrytointi.com *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuntarekry *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
LinkedIn *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Joku muu, mikä? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Missä olet viimeksi nähnyt toimeksiantajan työpaikkailmoituksen (Liiketoiminta A, B, C tai D? Valitse vain yksi. *

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> LinkedIn | <input type="checkbox"/> Rekrytointi.com |
| <input type="checkbox"/> Duunitori | <input type="checkbox"/> Facebook |
| <input type="checkbox"/> TE-Palvelut | <input type="checkbox"/> Instagram |
| <input type="checkbox"/> Oikotie Työpaikat | <input type="checkbox"/> Twitter |
| <input type="checkbox"/> Aarresaari | <input type="checkbox"/> Joku muu mikä? <input type="text"/> |

Mistä etsit lisätietoa työnantajasta tai työtehtävästä, valitse kolme eniten käyttämäsi? *

- ☐ Livechat
- ☐ Puhelu rekrytoijalle
- ☐ Google
- ☐ Työnantajan nettisivut
- ☐ Sähköpostikysely rekrytoijalle
- ☐ Rekrytointimessut
- ☐ Facebook Messenger työnantajalle
- ☐ Glassdoor
- ☐ Tunto
- ☐ Internetin keskustelupalstat
- ☐ Video
- ☐ Oma verkosto
- ☐ WhatsApp rekrytoijalle
- ☐ Muu mikä?

Miten tärkeinä pidät seuraavia *

	1= ei lainkaan tärkeä	2= ei kovin tärkeä	3 = melko tärkeä	4 = erittäin tärkeä	0= en osaa sanoa
Yksinkertainen hakulomake *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Helppokäyttöinen rekrytointijärjestelmä *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1= ei lainkaan tärkeä	2= ei kovin tärkeä	3 = melko tärkeä	4 = erittäin tärkeä	0= en osaa sanoa
Mahdollisuus jättää paikkaan räätälöity hakemuskirje *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mahdollisuus kertoa lisää itsestään *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mahdollisuus kirjautua järjestelmään sosiaalisen median tilillä *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mahdollisuus nähdä haetut paikat *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mahdollisuus nähdä rekrytointiprosessin tilanne *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mahdollisuus editoida hakemusta jälkepäin *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mahdollisuus muuttaa/päivittää omia tietojaan *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mahdollisuus hakea samalla profiililla useita paikkoja *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mahdollisuus hallinnoida omaa suostumustaan henkilötietojen käsittelyyn *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vahvistus, kun hakemus on vastaanotettu *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palaute hakemuksesta *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Joku muu, mikä? *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ei mikään ylläolevista, haluan hakea sähköpostilla/muulla tavalla. Miten?

Miten haluat, että rekrytoija ottaa sinuun yhteyttä, valitse mieluisin kanava?

*

- ☐ Puhelin
- ☐ Sähköposti

- ☐ Tekstiviesti
- ☐ WhatsApp
- ☐ LinkedIn -viesti
- ☐ Facebook Messenger
- ☐ Joku muu, mikä?

Onko toimeksiantajan rekrytoija ollut sinuun yhteydessä työpaikasta, jota ET OLLUT hakenut työhakemuksella? *

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei

Miten tärkeinä pidät seuraavia asioita rekrytoijan ottaessa yhteyttä uudesta työmahdollisuudesta?

	1= ei lainkaan tärkeä	2= ei kovin tärkeä	3 = melko tärkeä	4 = erittäin tärkeä	0= en osaa sanoa
Rekrytoijan esittäytyminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Syyt, miksi tarjoaa työmahdollisuutta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työpaikan esittely	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rekrytoijan perehtyneisyys profiiliini	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rekrytoijan ammattitaito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Etukäteen sovittu malli yhteydenottoon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Selkeät kysymykset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Selkeät vastaukset kysymyksiisi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palaute keskustelusta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aikataulusta viestiminen (mitä tapahtuu seuraavaksi?)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Joku muu, mikä? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Onko toimeksiantajan rekrytoija haastatellut sinua puhelimesta tai videon välityksellä?

*

☐ Kyllä

☐ Ei

Miten tärkeinä pidit seuraavia asioita puhelinhaastattelussa/videohaastattelussa?

	1= ei lainkaan tärkeä	2= ei kovin tärkeä	3 = melko tärkeä	4 = erittäin tärkeä	0= en osaa sanoa
Rekrytoijan esittäytyminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haastattelun tarkoituksen kertominen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työpaikan esittely	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rekrytoijan perehtyneisyys hakemukseeni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rekrytoijan ammattitaito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haastatteluun valmistautumisohjeet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Selkeät kysymykset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Selkeät vastaukset kysymyksiisi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sovittu aika puhelin- tai videohaastatteluun	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aikataulussa pysyminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajantasainen viestintä (mitä tapahtuu seuraavaksi?)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="text" value="Joku muu, mikä?"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Oletko käynyt toimeksiantajan rekrytoijan työhaastattelussa?

*

☐

Kyllä

☐

En

Miten tärkeinä pidit seuraavia asioita työhaastattelussasi?

1= ei
lainkaan
tärkeä

2= ei
kovin
tärkeä

3 = melko
tärkeä

4 = erittäin
tärkeä

0= en
osaa
sanoa

	1= ei lainkaan tärkeä	2= ei kovin tärkeä	3 = melko tärkeä	4 = erittäin tärkeä	0= en osaa sanoa
Ensivaikutelma tilanteesta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rekrytoijan esittäytyminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työpaikan esittely	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rekrytoijan perehtyneisyys hakemukseeni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rekrytoijan ammattitaito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haastattelukutsun ohjeet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haastatteluun valmistautumisohjeet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miellyttävä haastatteluympäristö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aikataulussa pysyminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palautteen saaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajantasainen viestintä (mitä tapahtuu seuraavaksi?)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Joku muu, mikä? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Oletko käynyt toimeksiantajan kautta asiakkaalla työhaastattelussa?

*

- ☐ Kyllä
- ☐ En

Miten tärkeinä pidät seuraavia toimeksiantajan toimenpiteitä asiakashaastatteluun
kutsuttaessa?

	1= ei lainkaan tärkeä	2= ei kovin tärkeä	3 = melko tärkeä	4 = erittäin tärkeä	0= en osaa sanoa
Haastattelun tarkoituksen kertomi- nen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haastattelun aikatauluttaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haastattelukutsun ohjeet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haastatteluun valmistautumisohjeet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1= ei lainkaan tärkeä	2= ei kovin tärkeä	3 = melko tärkeä	4 = erittäin tärkeä	0= en osaa sanoa
Haastattelijan tai haastattelijoiden esittely	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aikataulusta viestintä (mitä tapahtuu seuraavaksi?)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Joku muu, mikä? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Mikä on sinulle mieluisin valintapäätöksen viestintäkanava, jollet tullut tehtävään valituksi?

Valitse yksi *

- ☐ Puhelin
- ☐ Sähköposti
- ☐ Tekstiviesti
- ☐ LinkedIn -viesti
- ☐ Facebook Messenger
- ☐ Joku muu, mikä

Miten tärkeinä pidät seuraavia asioita valintapäätöksestä kertomisessa, jos et tullut valituksi?

	1= ei lainkaan tärkeä	2= ei kovin tärkeä	3 = melko tärkeä	4 = erittäin tärkeä	0= en osaa sanoa
Valintaperusteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palaute omasta hakuprosessista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palaute omasta suoriutumisesta haastattelussa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tieto muista avoinna olevista vastaavista tehtävistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Joku muu, mikä? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1 =heikko	2	3	4	5	6	7	8	9	10= erinomainen	0= en osaa sanoa
Rekrytoijan yhteydenotto *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puhelinhaastattelu *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videohaastattelu *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rekrytoijan haastattelu *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valinnasta ilmoittaminen *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rekrytoinnin aikainen viestintä *		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sana on vapaa, anna palautetta vapaasti toimeksiantajalle

Minkä toimeksiantajan brändin työpaikkaa olet hakenut? Voit valita useita

*

- ☐ Liiketoiminta A
- ☐ Liiketoiminta B
- ☐ Liiketoiminta C
- ☐ Liiketoiminta D

Olen iältäni *

- ☐ 18-24-vuotta
- ☐ 25-34-vuotta
- ☐ 35-44-vuotta
- ☐ 45-54-vuotta
- ☐ 55-64-vuotta
- ☐ Yli 65 vuotta

Korkein koulutustasoni (valitse lähinnä oleva): *

- ☐ Peruskoulutus
- ☐ Lukiokoulutus
- ☐ Ammatillinen peruskoulutus
- ☐ Ammattitutkinto
- ☐ Erikoisammattitutkinto
- ☐ Opistoaste
- ☐ Ammattikorkeakoulututkinto
- ☐ Alempi korkeakoulututkinto
- ☐ Ylempi ammattikorkeakoulututkinto
- ☐ Ylempi korkeakoulututkinto
- ☐ Lisensiaatintutkinto
- ☐ Tohtorintutkinto
- ☐ Koulutusaste tuntematon

Milloin olet viimeksi hakenut töitä? *

- ☐ alle 6 kk sitten
- ☐ 6-12 kk sitten
- ☐ 1-5 vuotta sitten
- ☐ 6-9 vuotta sitten
- ☐ Yli 10 vuotta sitten

Asuinpaikka *

Uusimaa	Pohjois-Karjala
Varsinais-Suomi	Keski-Suomi
Satakunta	Etelä-Pohjanmaa
Kanta-Häme	Pohjanmaa
Pirkanmaa	Keski-Pohjanmaa
Päijät-Häme	Pohjois-Pohjanmaa
Kymenlaakso	Kainuu
Etelä-Karjala	Lappi
Etelä-Savo	Ahvenanmaa
Pohjois-Savo	

Liite 2. Perusraportti kyselystä

Mitkä ovat sinulle kolme tärkeintä asiaa hyvän rekrytointi kokemuksen muodostumisen kannalta? N= 287

	n	Prosentti
Informatiivinen rekrytointi-ilmoitus	180	62,72%
Lisätietojen helppo saatavuus	61	21,25%
Helppo hakemuksen jättäminen	183	63,76%
Nopea rekrytointiprosessi	83	28,92%
Rekrytointiaikataulun läpinäkyvyys	88	30,66%
Viestintä rekrytointiprosessin aikana	168	58,54%
Rekrytointia tekevien henkilöiden ammattitaito	85	29,62%
Fyysiset puitteet; haastatteluympäristö	8	2,79%
Joku muu, mikä?	5	1,74%

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Joku muu, mikä?	Skill assignment's gives a fare recruitment.
Joku muu, mikä?	Kritiikkiä, kyllästyttäviä työpaikkailmoituksia, rehellisesti, tunnollisesta ilmaistuna, pitäisi olla jotain mielenkiintoisempia työpaikkailmoituksia nuorille ja nuorille aikuisille. Pelin kehittäminen, esimerkiksi? Tuote kehittäminen? Tai oman yritys yhtiön aloittaminen aiheena. Jotta ei kyllästy. Kiitollisesti.
Joku muu, mikä?	Juuri sinulle tarkoitetut työt.
Joku muu, mikä?	Tieto palkkatasosta
Joku muu, mikä?	Se että minulle vastataan jos kysyn mailitse, mikä on aikataulu ja onko haastateltavat valittu. N.N ei tätä tehnyt kun hain työpaikkaa. Jo korkean tason vastaus riittäisi mutta ei tullut mitään vastausta.

1. Kuinka tärkeinä pidät seuraavia työpaikkailmoituksen osia? Asteikko 1-4. 1= ei lainkaan tärkeä, 2= ei kovin tärkeä, 3 = melko tärkeä, 4 = erittäin tärkeä. 0= en osaa sanoa laskettu pois keskiarvosta N= 287

	1= ei lain-	2= ei kovin	3 = melko	4 = erittäin	0= en osaa	Keskiarvo	Media-
Perustiedot työnantajasta	0,36%	5,67%	26,95%	66,31%	0,71%	3,6	4
Työnantajan arvot	3,16%	14,74%	41,4%	39,65%	1,05%	3,19	3
Palkkaus	1,05%	12,28%	40,35%	45,27%	1,05%	3,31	3
Tehtävänimike	1,41%	16,55%	39,44%	41,9%	0,7%	3,23	3
Työtehtävät	0,35%	1,75%	14,68%	81,47%	1,75%	3,8	4
Työn vaatimukset (työkokemus, koulu-	0%	4,21%	39,3%	54,39%	2,1%	3,51	4
Työnkuva, normaali työpäivä	1,4%	18,6%	43,16%	36,14%	0,7%	3,15	3
Kehittymismahdollisuudet	2,1%	16,08%	41,26%	39,51%	1,05%	3,19	3
Työskentely-ympäristö	1,76%	16,14%	45,26%	35,44%	1,4%	3,16	3
Työsuhteen tyyppi kuten vakituisuus,	0%	2,09%	14,29%	79,44%	4,18%	3,81	4
Hakemusohjeet	0,7%	10,49%	29,37%	57,34%	2,1%	3,46	4
Rekrytointiprosessin eteneminen	0,7%	5,59%	31,12%	60,49%	2,1%	3,55	4
Joku muu, mikä?	2,17%	0%	6,52%	50%	41,31%	3,78	4

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Joku muu, mikä?	NIL
Joku muu, mikä?	Aktiivinen tiedottaminen AJOISSA !
Joku muu, mikä?	Sijainti
Joku muu, mikä?	rekry firman oma viitseliäisyys

Joku muu, mikä?	Perustelut, miksei tullut valituksi tehtävään/ millaisia ominaisuuksia jatkoon valituilla oli
Joku muu, mikä?	Päätösaikataulu
Joku muu, mikä?	Yhteyshenkilö
Joku muu, mikä?	Selkeä aikataulu ja sen toteuttaminen
Joku muu, mikä?	Personalized with clear information of not processing the application
Joku muu, mikä?	On oltava kiinnostavia työpaikkailmoituksia tarjolla, kaikille nuorille ja nuorille aikuisille, muuten tulee sanomista, kritiikki ilmaisulla.
Joku muu, mikä?	Opportunities
Joku muu, mikä?	Lisätiedot
Joku muu, mikä?	Työpaikkaedut
Joku muu, mikä?	Tiedetty hakijan ominaisuudet
Joku muu, mikä?	Sijainti
Joku muu, mikä?	Asioiden hoitaminen loppuun saakka jokaisen hakijan kohdalla ja aikataululupausten pitäminen
Joku muu, mikä?	Salary information
Joku muu, mikä?	Kokemus alle vuoden tai ei ollenkaan
Joku muu, mikä?	Henkilökohtaisen palautteen antaminen potentiaaliselle hakijalle.
Joku muu, mikä?	Vastaus vaikka ei saisi paikkaa ja jos voi niin perustelut
Joku muu, mikä?	Oikea asenne

2. Kuinka aktiivisesti seuraat seuraavia rekrytointikanavia? Asteikko 1-4, 1= en ollenkaan, 2= silloin tällöin, 3 = melko aktiivisesti, 4 = erittäin aktiivisesti, 0= en tunne kanavaa laskettu pois keskiarvosta. N=287

	1	2	3	4	0	Kes- kiarvo	Medi- aani
Duunitori	20,9%	27,18%	21,95%	22,65%	7,32%	2,5	2
TE-Palvelut	24,39%	28,22%	22,65%	18,82%	5,92%	2,38	2
Oikotie Työ- paikat	14,98%	29,27%	25,79%	26,13%	3,83%	2,66	3
Monster	24,74%	38,68%	17,07%	16,03%	3,48%	2,25	2
Aarresaari	57,14%	12,2%	2,09%	2,44%	26,13%	1,32	1
Printtilehdet	57,14%	25,09%	7,32%	1,74%	8,71%	1,49	1
Indeed	54,36%	11,85%	5,92%	8,01%	19,86%	1,6	1
Rekry- tointi.com	54,01%	15,33%	6,62%	3,48%	20,56%	1,49	1
Kuntarekry	52,27%	21,6%	7,32%	2,09%	16,72%	1,51	1
LinkedIn	18,81%	14,29%	21,95%	43,21%	1,74%	2,91	3
Facebook	45,3%	27,87%	16,73%	8,71%	1,39%	1,89	2
Instagram	65,5%	18,82%	8,71%	4,53%	2,44%	1,51	1
Twitter	78,75%	12,19%	4,53%	1,74%	2,79%	1,27	1
Joku muu, mikä?	24,32%	2,7%	10,81%	27,03%	35,14%	2,63	3

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Joku muu, mikä?	Jooble
Joku muu, mikä?	Academic Work
Joku muu, mikä?	Glassdoor
Joku muu, mikä?	Oman ammattiliiton työnhakusivut
Joku muu, mikä?	Jooble

Joku muu, mikä?	Googlen haku ja sitä kautta löytävät työpaikat
Joku muu, mikä?	Company website
Joku muu, mikä?	On oltava mielenkiintoinen työpaikkailmoitus, muuten tulee henkisesti turpaan kritiikki ilmaisulla, minulta.
Joku muu, mikä?	valittujen yritysten sivut
Joku muu, mikä?	Valtiolle
Joku muu, mikä?	kuntarekry.fi
Joku muu, mikä?	Tiettyjen yritysten sivut
Joku muu, mikä?	Whatsapp

3. Missä olet viimeksi nähnyt toimeksiantajan työpaikkailmoituksen? Valitse vain yksi. N=287

	n	Prosentti
LinkedIn	99	34,49%
Duunitori	62	21,6%
TE-Palvelut	40	13,94%
Oikotie Työpaikat	55	19,16%
Aarresaari	1	0,35%
Rekrytointi.com	2	0,7%
Facebook	8	2,79%
Instagram	2	0,7%
Twitter	0	0%
Joku muu mikä?	18	6,27%

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Joku muu mikä?	Recruiters
Joku muu mikä?	fi.neuvoo.com
Joku muu mikä?	en osaa sanoa
Joku muu mikä?	Indeed
Joku muu mikä?	toimeksiantajan sivut

Joku muu mikä?	oma sähköposti
Joku muu mikä?	Website
Joku muu mikä?	Televisio
Joku muu mikä?	Duunitorin Facebook
Joku muu mikä?	?
Joku muu mikä?	Lehti
Joku muu mikä?	Ei mitään muistikuvaa
Joku muu mikä?	en seuraa
Joku muu mikä?	Mytech
Joku muu mikä?	En muista
Joku muu mikä?	Indeed
Joku muu mikä?	not seen

4. Mistä etsit lisätietoa työnantajasta tai työtehtävästä, valitse kolme eniten käyttämäsi? N=287, valittujen vastausten lukumäärä: 861

	n	Prosentti
Livechat	7	2,44%
Puhelu rekrytoijalle	112	39,02%
Google	235	81,88%
Työnantajan nettisivut	257	89,55%
Sähköpostikysely rekrytoijalle	56	19,51%
Rekrytointimessut	20	6,97%
Facebook Messenger työnantajalle	2	0,7%
Glassdoor	19	6,62%
Tunto	2	0,7%
Internetin keskustelupalstat	45	15,68%
Video	7	2,44%
Oma verkosto	86	29,97%
WhatsApp rekrytoijalle	2	0,7%
Muu mikä?	11	3,83%

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Muu mikä?	Layoffs.com
Muu mikä?	SOME
Muu mikä?	linkedin
Muu mikä?	Kauppalehti, taloustiedot
Muu mikä?	LinkedIn
Muu mikä?	Facebook
Muu mikä?	LinkedIn
Muu mikä?	ei muita.
Muu mikä?	Ei
Muu mikä?	LinkedIn

5. Miten tärkeinä pidät seuraavia asioita, kun jätät työhakemustasi hakijajärjestelmään? Asteikko 1-4. 1= ei lainkaan tärkeä, 2= ei kovin tärkeä, 3 = melko tärkeä, 4 = erittäin tärkeä. 0= en osaa sanoa laskettu pois keskiarvosta. N= 287

	1= ei lain-	2= ei kovin	3 = melko	4 = erittäin	0= en osaa	Keskiarvo	Media-
Yksinkertainen hakulomake	2,09%	5,92%	34,5%	57,49%	0%	3,47	4
Helppokäyttöinen rekrytointijärjestelmä	0,7%	4,18%	29,61%	65,16%	0,35%	3,6	4
Mahdollisuus jättää paikkaan räätälöity hakemuskirje	3,83%	14,63%	36,59%	44,25%	0,7%	3,22	3
Mahdollisuus kertoa lisää itsestään	3,49%	14,98%	46,34%	34,84%	0,35%	3,13	3
Mahdollisuus kirjautua järjestelmään sosiaalisen median tilillä	28,92%	37,98%	20,56%	11,15%	1,39%	2,14	2
Mahdollisuus nähdä haetut paikat	3,83%	19,86%	44,25%	31,36%	0,7%	3,04	3
Mahdollisuus nähdä rekrytointiprosessin	1,05%	10,45%	37,98%	50,17%	0,35%	3,38	4
Mahdollisuus editoida hakemusta jäl-	6,62%	31,36%	37,63%	23%	1,39%	2,78	3

Mahdollisuus muuttaa/päivittää omia	3,13%	17,77%	40,42%	37,98%	0,7%	3,14	3
Mahdollisuus hakea samalla profiililla	1,05%	10,1%	36,93%	50,87%	1,05%	3,39	4
Mahdollisuus hallinnoida omaa suostusta	8,36%	21,25%	34,15%	35,19%	1,05%	2,97	3
Vahvistus, kun hakemus on vastaan-	0%	2,44%	26,83%	70,38%	0,35%	3,68	4
Palaute hakemuksesta	1,39%	13,94%	25,78%	57,84%	1,05%	3,42	4
Joku muu, mikä?	26,83%	1,74%	7,32%	18,81%	45,3%	2,33	2

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Joku muu, mikä?	NIL
Joku muu, mikä?	Yhteystiedot
Joku muu, mikä?	Perustietojen pysyvyys, ettei tarvitse täyttää joka kerta uudestaan
Joku muu, mikä?	Ei muuta
Joku muu, mikä?	yhteydenpito hakijoihin prosessin aikana
Joku muu, mikä?	Tiedottaminen rekry prosessin etenemisestä
Joku muu, mikä?	.
Joku muu, mikä?	Mahdollisuus tallentaa useampi erilainen profiili
Joku muu, mikä?	Global mobility
Joku muu, mikä?	-
Joku muu, mikä?	Informaatio
Joku muu, mikä?	avoimuus
Joku muu, mikä?	Review
Joku muu, mikä?	Pelkkä CV, ei erikseen täytettäviä kenttiä
Joku muu, mikä?	Omien tietojen historian nopea kopionti
Joku muu, mikä?	Confirmation if you were not chosen for the position
Joku muu, mikä?	Not having to rewrite everything on CV again on application process
Joku muu, mikä?	Tehdyn valinnan perusteet
Joku muu, mikä?	Ois kiva tietää onko hakemusta kukaan katsonut oikeesti

Joku muu, mikä?	ei muuta
Joku muu, mikä?	perussetti ilmoitus rekryfirmalle
Joku muu, mikä?	Tiedotus
Joku muu, mikä?	Hakemus käsitellään mahdollisimman nopeasti (ennen kuin haku päättyy)
Joku muu, mikä?	Tiedottaminen prosessin etenemisestä
Joku muu, mikä?	Tilannetiedot prosessin etenemisestä, mahdollisuus CV:n li- säämiseen
Joku muu, mikä?	Selkeä mahdollisuus kertoa kieliosaamisesta
Joku muu, mikä?	CV
Joku muu, mikä?	None
Joku muu, mikä?	Lomakkeiden selkeys
Joku muu, mikä?	-
Joku muu, mikä?	Clear and direct feedback
Joku muu, mikä?	Miksi tämä on pakollinen kysymys?
Joku muu, mikä?	facebook
Joku muu, mikä?	NA
Joku muu, mikä?	Mahdollisuus käyttää CV:n tietoja aikaisemman työko- muksen täytössä
Joku muu, mikä?	päivämäärät kuukausi tarkkuudella
Joku muu, mikä?	Kiinnostus työnhakijaa kohtaan
Joku muu, mikä?	Se että työnantaja ilmoittaa ylipäättään pääsenkö jatsoon vai en
Joku muu, mikä?	-
Joku muu, mikä?	Kun paikka on täytetty.
Joku muu, mikä?	Sivusto ei kysy samoja asioita montaa kertaa
Joku muu, mikä?	Käyttäjätunnus ja salasana määriteltävissä itse
Joku muu, mikä?	En osas sanoa
Joku muu, mikä?	Avoinhaku muihin vastaaviin tehtäviin
Joku muu, mikä?	Ettei tarvi päivittää erikseen työ- ja koulukokemusta
Joku muu, mikä?	Oma visio
Joku muu, mikä?	R
Joku muu, mikä?	Lista on kattava
Joku muu, mikä?	-

Joku muu, mikä?	Ability to see how many applications sent to a position
Joku muu, mikä?	En osaa sanoa.
Joku muu, mikä?	Nopea vastaus jos ei ole harkinta ryhmässä niin pystyy keskittymään muihin hakuihin
Joku muu, mikä?	Rekrytoija soittaa itse kandidaatille
Joku muu, mikä?	Mahdollisuus laittaa cv
Joku muu, mikä?	Palaute
Joku muu, mikä?	Cv:n liitettävyyys
Joku muu, mikä?	Lämmin asetuksissa!!
Joku muu, mikä?	miksi järjestelmä haluaa tähän jotain,häh?
Joku muu, mikä?	CVstä löytyvien tietojen syöttäminen lomakkeeseen
Joku muu, mikä?	?
Joku muu, mikä?	that the profile won't automatically deleted after a while
Joku muu, mikä?	Rekrytoiva esimies mainittu nimeltä
Joku muu, mikä?	Vastaus hakuun rekrytoijalta kohtuullisessa ajassa
Joku muu, mikä?	G
Joku muu, mikä?	yhteystiedot
Joku muu, mikä?	Mahdollisuus dialogiin haettavaa paikkaa kohtaan
Joku muu, mikä?	Ei
Joku muu, mikä?	*
Joku muu, mikä?	Saada tietoja missä vaiheessa rekrytointiprosessi on
Joku muu, mikä?	-
Joku muu, mikä?	.
Joku muu, mikä?	Tarkka tieto prosessin etenemisestä.
Joku muu, mikä?	0
Joku muu, mikä?	Ilmoitus hylätyksi tulemisesta
Joku muu, mikä?	Ilmoitus muistakin työnantajan paikoista
Joku muu, mikä?	Puuttuneet ominaisuudet omasta profiilista, eli millä "pape-reilla" edettiin
Joku muu, mikä?	.
Joku muu, mikä?	järjestelmä toimii moitteetta
Joku muu, mikä?	xxx
Joku muu, mikä?	Information about the stages of the application.

Joku muu, mikä?	Että hakemus toimii katkeamatta
Joku muu, mikä?	Sivujen toimivuus
Joku muu, mikä?	Yhteensopivuus yleisimpien selaimien kanssa
Joku muu, mikä?	Kieli
Joku muu, mikä?	Järjestelmä missä ei tarvitse manuaalisesti syöttää CV:tä ja muita hakemuksen tietoja
Joku muu, mikä?	Rekrytointiprosessin etenemisen raportointinen
Joku muu, mikä?	ei muuta

6. Ei mikään ylläolevista, haluan hakea sähköpostilla/muulla tavalla. Miten? N=22

Vastaukset
Miksi ei voi hakea vain CV:llä ja hakemuskirjeellä, vaan joka helvetin paikkaan pitää tehdä käyttäjä ja täyttää työhistoria ja koulutukset, vittu mulla on monta sivua sitä kamaa ja kaikki löytyy CV:stä
Voi tuoda suoraan vaikka LinkedInistä tiedot
Sähköpostitse hakeminen olisi preferenssini. CV ja cover letter sisältävät kaiken oleellisen tiedon.
Outstation candidates and profiles should also be considered, global mobility is the in thing now and most of the global companies hesitate to take or hire people outside their country for reasons unknown. I would prefer to share my experience and skillset in another country if that meets my requirements.
In case of recruitment companies, a personal meeting would be important.
Is it possible to apply personally as I believe that is much faster compare to application on website.
Mennä suoraan paikanpäälle
jotenkin asiantuntija / päällikkö / johtaja tasontehtävähaut tulee olla enemmän rekryfirmojen hoidettavana ja rekryfirmojen tulee käyttää omaa osaamistaan prosessissa ja unohtaa bulkkihakemustenjätöt
Jos tarkoitus on hakea saman vuoratyöfirman kautta useampaan paikkaan, niin ei voi liikaa korostaa sitä että jo annettuja tietoja pitää pystyä hyödyntämään muissakin hauissa.
Sähköpostilla
Oman CV:n lisääminen. Henkilökohtaisesti pidän mielummin kunnon CV:stä kuin Facebook tai LinkedIn tilin lisäämistä.
No

ei muita tapoja
Joskus pelkkä s-posti. Sekin käy mutta lomake selkeämpi
not required
na
Jos lähetetään CV, niin samoja asioita ei tarvitsisi täyttää uudelleen nettisivuille.
Sähköpostihaku mahdollisuuskin olisi hyvä-
Työntehtävän valikko mitä voi olla tarjolla mm. monipuolista, tai sen tyyppistä tehtävää, että kahden ammattista voi muodostaa hienon vahvan ammatin
Job conditions

7. Miten haluat, että rekrytoija ottaa sinuun yhteyttä, valitse mieluisin kanava?
N=287

	n	Prosentti
Puhelin	178	62,02%
Sähköposti	92	32,06%
Tekstiviesti	7	2,44%
WhatsApp	6	2,09%
LinkedIn -viesti	4	1,39%
Facebook messenger	0	0%
Joku muu, mikä?	0	0%

8. Onko toimeksiantajan rekrytoija ollut sinuun yhteydessä työpaikasta, jota ET OLLUT hakenut työhakemuksella? N=287

	n	Prosentti
Kyllä	29	10,1%
Ei	258	89,9%

9. Miten tärkeinä pidät seuraavia asioita rekrytoijan ottaessa yhteyttä uudesta työmahdollisuudesta? Asteikko 1-4. 1= ei lainkaan tärkeä, 2= ei kovin tärkeä, 3 = melko tärkeä, 4 = erittäin tärkeä. 0= en osaa sanoa laskettu pois keskiarvosta. N=29

	1= ei lain-	2= ei kovin	3 = melko	4 = erittäin tärkeä	0= en osaa sanoa	Keskiarvo	Mediaani
Rekrytoijan esittäytyminen	0%	3,45%	34,48%	58,62%	3,45%	3,57	4
Syyt, miksi tarjoaa työmah-	3,45%	3,45%	24,14%	65,51%	3,45%	3,57	4
Työpaikan esittely	0%	0%	27,59%	72,41%	0%	3,72	4
Rekrytoijan perehtyneisyys	3,45%	10,34%	41,38%	44,83%	0%	3,28	3
Rekrytoijan ammattitaito	3,45%	3,45%	34,48%	55,17%	3,45%	3,46	4
Etukäteen sovittu malli	13,79%	27,59%	34,48%	24,14%	0%	2,69	3
Selkeät kysymykset	0%	6,9%	37,93%	55,17%	0%	3,48	4
Selkeät vastaukset kysy-	0%	0%	31,03%	65,52%	3,45%	3,68	4
Palaute keskustelusta	6,9%	10,34%	44,83%	34,48%	3,45%	3,11	3
Aikataulusta viestiminen	0%	0%	37,93%	62,07%	0%	3,62	4
Joku muu, mikä?	11,11%	0%	11,11%	11,11%	66,67%	2,67	3

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Joku muu, mikä?	Työn hakijan kuunteleminen

10. Onko toimeksiantajan rekrytoija haastatellut sinua puhelimesta tai videon välityksellä? N= 287

	n	Prosentti
Kyllä	85	29,62%
Ei	202	70,38%

11. Miten tärkeinä pidit seuraavia asioita puhelinhaastattelussa/videohaastattelussa? Asteikko 1-4. 1= ei lainkaan tärkeä, 2= ei kovin tärkeä, 3 = melko tärkeä, 4 = erittäin tärkeä. 0= en osaa sanoa laskettu pois keskiarvosta. N=87

	1= ei lain-	2= ei kovin	3 = melko	4 = erittäin	0= en osaa	Keskiarvo	Medi-
Rekrytoijan esittäytyminen	1,18%	5,88%	24,71%	68,23%	0%	3,6	4
Haastattelun tarkoituksen kertominen	1,18%	1,18%	25,88%	71,76%	0%	3,68	4
Työpaikan esittely	1,18%	4,7%	24,71%	68,23%	1,18%	3,62	4
Rekrytoijan perehdytys hake-	0%	3,53%	21,18%	75,29%	0%	3,72	4
Rekrytoijan ammattitaito	0%	0%	21,17%	77,65%	1,18%	3,79	4
Haastatteluun valmistautumisohjeet	0%	14,12%	40%	43,53%	2,35%	3,3	3
Selkeät kysymykset	0%	1,19%	29,76%	69,05%	0%	3,68	4
Selkeät vastaukset kysymyksiisi	0%	1,19%	23,81%	75%	0%	3,74	4
Sovittu aika puhelin- tai videohaas-	0%	2,35%	22,35%	71,77%	3,53%	3,72	4
Aikataulussa pysyminen	0%	5,95%	27,38%	65,48%	1,19%	3,6	4
Ajantasainen viestintä (mitä tapah-	0%	3,62%	20,48%	75,9%	0%	3,72	4
Joku muu, mikä?	18,75%	0%	6,25%	6,25%	68,75%	2	1

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Joku muu, mikä?	Ei muuta

12. Oletko käynyt toimeksiantajan rekrytoijan työhaastattelussa? N=287

	n	Prosentti
Kyllä	90	31,36%
En	197	68,64%

13. Miten tärkeinä pidit seuraavia asioita työhaastattelussasi? Asteikko 1-4. 1= ei lainkaan tärkeä, 2= ei kovin tärkeä, 3 = melko tärkeä, 4 = erittäin tärkeä. 0= en osaa sanoa laskettu pois keskiarvosta. N= 90

	1= ei lain-	2= ei kovin	3 = melko	4 = erittäin	0= en osaa	Keskiarvo	Medi-
Ensivaikutelma tilanteesta	2,22%	6,67%	41,11%	50%	0%	3,39	3,5
Rekrytoijan esittäytyminen	0%	5,62%	38,2%	56,18%	0%	3,51	4
Työpaikan esittely	0%	2,22%	17,78%	80%	0%	3,78	4
Rekrytoijan perehtyneisyys hakemuk-	0%	0%	23,33%	76,67%	0%	3,77	4
Rekrytoijan ammatitaito	0%	2,25%	15,73%	82,02%	0%	3,8	4
Haastattelukutsun ohjeet	0%	11,24%	40,45%	47,19%	1,12%	3,36	3
Haastatteluun valmistautumisohjeet	1,11%	15,56%	36,67%	44,44%	2,22%	3,27	3
Miellyttävä haastatteluympäristö	3,33%	21,11%	44,45%	31,11%	0%	3,03	3
Aikataulussa pysyminen	1,11%	15,56%	30%	53,33%	0%	3,36	4
Palautteen saaminen	1,11%	6,67%	25,55%	65,56%	1,11%	3,57	4
Ajantasainen viestintä (mitä tapahtuu	1,12%	1,12%	24,72%	73,04%	0%	3,7	4
Joku muu, mikä?	21,62%	2,7%	5,41%	8,11%	62,16%	2	1

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Joku muu, mikä?	Työnhakijan kuunteleminen
Joku muu, mikä?	Onko hakemukseni ollut hyvä?
Joku muu, mikä?	Ei muuta

14. Oletko käynyt toimeksiantajan kautta asiakkaalla työhaastattelussa? N=287

	n	Prosentti
Kyllä	52	18,12%
En	235	81,88%

15. Miten tärkeinä pidät seuraavia toimeksiantajan toimenpiteitä asiakashaastatteluun kutsuttaessa? Asteikko 1-4. 1= ei lainkaan tärkeä, 2= ei kovin tärkeä, 3 = melko tärkeä, 4 = erittäin tärkeä. 0= en osaa sanoa laskettu pois keskiarvosta. N= 52

	1= ei lain-	2= ei kovin	3 = melko	4 = erittäin	0= en osaa	Keskiarvo	Medi-
Haastattelun tarkoituksen kertominen	0%	5,77%	25%	67,31%	1,92%	3,63	4
Haastattelun aika- tauluttaminen	0%	9,62%	32,69%	55,77%	1,92%	3,47	4
Haastattelukutsun ohjeet	1,92%	13,46%	30,77%	51,93%	1,92%	3,35	4
Haastatteluun valmistautumisohjeet	1,92%	19,23%	25%	50%	3,85%	3,28	4
Haastattelijan tai haastattelijoiden	0%	1,92%	25%	71,16%	1,92%	3,71	4
Aikataulusta viestintä	0%	0%	28,85%	69,23%	1,92%	3,71	4
Joku muu, mikä?	10,52%	0%	0%	10,53%	78,95%	2,5	2,5

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Joku muu, mikä?	Onko itse paikalla vai ei
Joku muu, mikä?	Ei muuta

16. Mikä on sinulle mieluisin valintapäätöksen viestintäkanava, jollet tullut tehtävään valituksi? Valitse yksi. N= 287

	n	Prosentti
Puhelin	121	42,16%
Sähköposti	158	55,05%
Tekstiviesti	6	2,09%
LinkedIn -viesti	0	0%
Facebook messenger	0	0%
Joku muu, mikä	2	0,7%

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Joku muu, mikä	Whatsapp
Joku muu, mikä	Skype

17. Miten tärkeinä pidät seuraavia asioita valintapäätöksestä kertomisessa, jos et tullut valituksi? N=287

	1= ei lainkaan	2= ei kovin tärkeä	3 = melko	4 = erittäin tärkeä	0= en osaa sanoa	Keskiarvo	Mediaani
Valintaperusteet	0,35%	5,59%	25,18%	68,88%	0%	3,63	4
Palaute omasta haastattelusta	1,05%	7,32%	30,31%	61,32%	0%	3,52	4
Palaute omasta suostumisesta	0,71%	10,6%	23,32%	65,02%	0,35%	3,53	4
Tieto muista avoimena olevista paikoista	2,45%	12,24%	32,86%	51,4%	1,05%	3,35	4
Joku muu, mikä?	29,09%	4,55%	1,82%	8,18%	56,36%	1,75	1

Avoimeen tekstikenttään annetut vastaukset

Vastausvaihtoehdot	Teksti
Joku muu, mikä?	NIL
Joku muu, mikä?	Syy ei oikeastaan kiinnosta
Joku muu, mikä?	Nopea vastaus haastattelun jälkeen
Joku muu, mikä?	Rehellinen palaute
Joku muu, mikä?	Oliko CV, kirje hyvä?
Joku muu, mikä?	Olisiko mukavaa saada vastamelu kuullokkeet?
Joku muu, mikä?	-
Joku muu, mikä?	Ilmoitus siitä että ei tullut valituksi, mitä ei nytten tullut olla
Joku muu, mikä?	Päätöksenteon painotuksista haettavaan paikkaan
Joku muu, mikä?	-

18. Arvioi seuraavien väittäminen toteutumista toimeksiantajan valintaprosessissa. Asteikko 1-4, 1= täysin eri mieltä, 2= eri mieltä, 3 = samaa mieltä, 4 = Täysin samaa mieltä, 0= en osaa sanoa on laskettu pois keskiarvosta. N=287

	1= täysin eri	2= eri mieltä	3 = samaa	4 = Täysin samaa	0= en osaa sanoa	Keskiarvo
Työpaikkailmoitukset sisältävät riittä-	0,35%	4,88%	64,11%	25,09%	5,57%	3,21
Ilmoitukset ovat helposti löydettävissä	1,04%	5,92%	60,63%	27,18%	5,23%	3,2
Lisätietoja työpaikoista on helppo	1,74%	10,8%	55,4%	22,3%	9,76%	3,09
Työn hakeminen on helppoa	2,44%	9,06%	54,01%	29,96%	4,53%	3,17
Oman hakijaprofiilin muokkaaminen	1,74%	7,67%	50,87%	19,86%	19,86%	3,11
Saan hakuprosessista hyvin tietoa	11,85%	26,48%	36,58%	14,29%	10,8%	2,6
Minulla on hyvä käsitys vaatimuksista, mitä tehtävässä odotetaan	1,39%	16,03%	54,7%	22,3%	5,58%	3,04
Puhelinhaastattelut ovat ammatt-	1,74%	4,18%	24,04%	18,47%	51,57%	3,22
Videohaastattelun nauhoittaminen on helppoa	3,84%	6,27%	13,24%	8,36%	68,29%	2,82
Työhaastatteluun kutsuminen sujuu ammattimaisesti	1,39%	2,09%	23,69%	27,88%	44,95%	3,42
Työhaastattelu on ammattimainen	1,39%	2,09%	22,65%	27,18%	46,69%	3,42
Saan työnhaun aikana riittävästi tietoa prosessin etenemisestä	12,2%	22,65%	23,69%	21,6%	19,86%	2,68
Saan tiedon valintapäätöksestä oi-	11,5%	15,68%	28,22%	18,12%	26,48%	2,72
Saan palautetta CVstä	27,53%	28,92%	11,5%	9,75%	22,3%	2,04
Saan palautetta hakemuksestani	27,18%	26,48%	14,63%	10,45%	21,26%	2,11
Saan palautetta suoriutumisestani	13,94%	16,37%	17,42%	11,5%	40,77%	2,45

19. Miten onnistuimme? Anna meille arvosana seuraavista osa-alueista? As-
teikko 1-10, 1 =heikko, 10=erinomainen, 0= en osaa sanoa on laskettu pois
keskiarvosta. N= 287

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	0	Kes- kiarv o
Työ- paik- kailmoi- tus	0,7%	0,35 %	1,39 %	2,79 %	4,18 %	8,36 %	23,69 %	29,62 %	16,38 %	8,71 %	3,83%	7,54
Työha- kemuk- sen jät- tämi-	1,74%	1,05 %	2,44 %	3,14 %	5,57 %	7,32 %	19,51 %	27,18 %	19,51 %	8,71 %	3,83%	7,41
Rekry- toijan yhtey- denotto	9,06%	2,09 %	2,44 %	2,44 %	3,83 %	5,57 %	12,2%	17,07 %	12,2%	9,76 %	23,34 %	6,68
Puhe- linhaas- tattelu	3,14%	1,04 %	0,35 %	1,04 %	2,09 %	2,79 %	5,57%	11,85 %	6,97%	6,97 %	58,19 %	7,27
Video- haas- tattelu	3,14%	2,44 %	0,7%	0,35 %	1,39 %	1,74 %	4,53%	4,88%	2,44%	1,74 %	76,65 %	5,96
Rekry- toijan haas- tattelu	2,44%	1,39 %	0,7%	0,35 %	2,44 %	2,44 %	6,27%	9,75%	13,59 %	9,06 %	51,57 %	7,65
Valin- nasta il- moitta- minen	13,59 %	1,74 %	4,88 %	3,83 %	7,32 %	4,53 %	7,66%	10,8%	6,97%	6,97 %	31,71 %	5,61
Rekry- toinnin aikai- nen	14,98 %	2,79 %	5,57 %	6,27 %	7,32 %	7,66 %	7,67%	4,88%	9,41%	8,01 %	25,44 %	5,4

Sana on vapaa, anna palautetta vapaasti yritykselle: Liitteessä 3.

20. Minkä toimeksiantajan brändin työpaikkaa olet hakenut? Voit valita useita.
Vastaajien määrä: 287, valittujen vastausten lukumäärä: 342

	n	Prosentti
Liiketoiminta A	209	72,82%
Liiketoiminta B	114	39,72%
Liiketoiminta C	17	5,92%
Liiketoiminta D	2	0,7%

21. Olen iältäni. N=287

	n	Prosentti
18-24-vuotta	43	14,98%
25-34-vuotta	71	24,74%
35-44-vuotta	73	25,44%
45-54-vuotta	75	26,13%
55-64-vuotta	24	8,36%
Yli 65 vuotta	1	0,35%

22. Korkein koulutustasoni (valitse lähinnä oleva) N=287

	n	Prosentti
Peruskoulutus	7	2,44%
Lukiokoulutus	15	5,22%
Ammatillinen peruskoulutus	17	5,92%
Ammattitutkinto	27	9,41%
Erikoisammattitutkinto	7	2,44%
Opistoaste	24	8,36%
Ammattikorkeakoulututkinto	73	25,43%
Alempi korkeakoulututkinto	27	9,41%
Ylempi ammattikorkeakoulututkinto	15	5,23%
Ylempi korkeakoulututkinto	72	25,09%
Lisensiaatintutkinto	1	0,35%
Tohtorintutkinto	2	0,7%
Koulutusaste tuntematon	0	0%

23. Milloin olet viimeksi hakenut töitä? N= 287

	n	Prosentti
alle 6 kk sitten	272	94,77%
6-12 kk sitten	10	3,48%
1-5 vuotta sitten	2	0,7%
6-9 vuotta sitten	1	0,35%
Yli 10 vuotta sitten	2	0,7%

24. Asuinpaikka N=287

	n	Prosentti
Uusimaa	134	46,69%
Varsinais-Suomi	34	11,85%
Satakunta	5	1,74%
Kanta-Häme	7	2,44%
Pirkanmaa	43	14,98%
Päijät-Häme	2	0,7%
Kymenlaakso	3	1,04%
Etelä-Karjala	1	0,35%
Etelä-Savo	2	0,7%
Pohjois-Savo	14	4,88%
Pohjois-Karjala	2	0,7%
Keski-Suomi	9	3,13%
Etelä-Pohjanmaa	11	3,83%
Pohjanmaa	7	2,44%
Keski-Pohjanmaa	4	1,39%
Pohjois-Pohjanmaa	5	1,74%
Kainuu	1	0,35%
Lappi	1	0,35%
Ahvenanmaa	2	0,7%